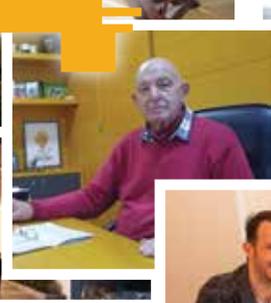




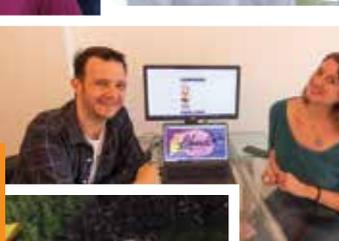
Revista N° 161  
Noviembre 2020 - \$250 AR  
www.on24.com.ar

# ON24



# INMUNES AL 2020

DESDE GRANDES PLAYERS A PEQUEÑOS  
EMPRENDEDORES, DESAFIARON LA  
CUARENTENA MÁS LARGA DEL PLANETA





# LIFE

PROTAGONISTA DE TU FUTURO

**Urbanizaciones Responsables**

3417 252 200 | [LIFEDESARROLLOS.COM](http://LIFEDESARROLLOS.COM)

**ECOLAGOS**  
CONSTRUYENDO EL FUTURO

**ecotierra**  
CONSTRUYENDO EL FUTURO

**ecoVIDA**  
CONSTRUYENDO EL FUTURO

**ecopueblo**  
Avear

# PRECISIÓN DIAGNÓSTICA

EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

## Institución libre de COVID-19

Grupo Oroño ha declarado a Diagnóstico Médico como una Institución libre de COVID-19 **para asegurar el bienestar de todos los pacientes que requieran control o seguimiento.**

### Por turnos o consultas:

☎ Tel. 523 2323 / 525 2200  
 🕒 341 7232323  
 ✉ info@diagmedico.com  
 🌐 www.diagmedico.com



### Bv. Oroño 1515

Estudios indispensables e impostergables de diagnóstico por imágenes.  
 📅 De lunes a viernes de 8 a 19 h.



### Bv. Oroño 1526

Primer piso servicios Quantum. (Anatomía Patológica)  
 📅 De lunes a viernes de 8 a 19 h.



### Bv. Oroño 1441

Servicios de Imágenes Odontológicas, Dermatoscopia y Laboratorio.  
 📅 De lunes a viernes de 7 a 19 h.



### Bv. Oroño 1309 (Elas)

Estudios indispensables e impostergables de diagnóstico por imágenes.  
 📅 De lunes a viernes de 8 a 19 h.

## 04

### EDITORIAL

Por muchos motivos, el número más destacado del año

## 06

### OPINIÓN

El impuesto a la riqueza genera pobreza

## 10

### ESPECIAL GRANDES DESARROLLOS

12 Dos fuertes apuestas por Rosario

14 Encara para Grupo Safra un icónico edificio porteño bajo la dirección de Foster

18 IconCenter, el primer complejo de usos mixtos en el Centro, con hotel internacional y paseo peatonal como protagonistas

22 «Se trabaja para las personas, no para el estilo»

24 Un nuevo Sol llega al centro rosarino

## 28

### GRANDES DESARROLLOS FUNES

30 Pecam presenta megaproyecto en zona de countries

32 Ya colocaron el 40% de los lotes del parque Ciudad Industria

34 Pisan fuerte dos proyectos de condominios, un producto con alta demanda en Funes

36 18 casas, coworking y espacios verdes: así es el desarrollo residencial que se prepara en Funes

40 Cómo será el barrio cerrado «más cercano y accesible a Rosario»

42 Ex campeón TC 2000 abre concesionaria premium en la entrada de Funes

44 El Colegio Joan Miró se destaca internacionalmente y en 2021 inaugurará su Nivel Secundario

## 50

### ESPECIAL RECONVERSIONES

52 Desarrollando nuevos aires, Mariano Barloqui se incorpora y plantea un nuevo escenario

54 Consultora boutique en negocios funda Cluster Latam y proyecta expandirse en la región

58 Producen ropa de alta costura, fabrican ambos y barbijos, y lanzaron una nueva marca

62 Un venezolano en Rosario: Es ingeniero, abrió una barbería y logró generar empleo para argentinos

68 Dueños de histórico bar, abren vinería en pleno Paseo del Siglo

70 Sobre apertura de Posta 36 como bar: «No es un negocio para ganar dinero, sino para mantener la estructura»

74 Lanzan su propio carrito de compras web para emprendedores en formato «freemium»

76 Por la cuarentena se reinventaron y lanzaron una tienda virtual de decoración

80 Una exclusiva bodega se reinventó y le ganó la pulseada a la pandemia

## 84

### ESPECIAL INFLUENCERS

86 Por idea de su mamá y con una revista Living en mano decidió su destino, arriesgó y ganó

90 Un hobby de padre e hijo que se transformó en una comunidad de 130 mil personas

92 De proyecto de tesis a la creación de un medio de comunicación

96 Diseña lencería, se animó a soltar su local y hoy la rompe en redes sociales

## 100

### NEGOCIOS

100 Más de 50 años de innovación permanente

102 Pese al contexto adverso, abrió Puerto Plaza Mall con fuerte impronta en servicios

108 Celebra sus 100 años en Rosario apostando a la formación del talento y el desarrollo regional



f portalON24

t @portalON24

ig @portal\_on24

[www.on24.com.ar](http://www.on24.com.ar)

Revista N° 161  
NOVIEMBRE 2020

**DIRECCIÓN PERIODÍSTICA**  
Fabiana Suárez  
fabianaasuarez@gmail.com  
prensa@on24.com.ar

**REDACCIÓN**  
Nicolás Aramendi  
n.aramendi@on24.com.ar

Emmanuel Paz  
e.paz@on24.com.ar

Verónica Peyrano  
v.peyrano@on24.com.ar

**DIRECCIÓN COMERCIAL**  
Mariano Zárate Ruiz  
m.zarate@on24.com.ar  
comercial@on24.com.ar

**DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA**  
Claudia Gimenez  
c.gimenez@on24.com.ar  
Alejandra Caccia  
a.caccia@on24.com.ar

**DISEÑO EDITORIAL  
Y ARTE DE TAPA**  
Georgina Varela  
dggv@outlook.com

Mitre 170 - Piso 2  
(S2000COB) Rosario  
Provincia de Santa Fe, Argentina

Línea central ON24: (0341) 447-5700  
Redacción: (0341) 447-5888  
Comercial: (0341) 447-5999  
Administración: (0341) 447-5777

[info@on24.com.ar](mailto:info@on24.com.ar)

www.on24.com.ar es una  
marca de Librement SA.  
Propiedad de Librement SA.  
La revista ON24 es Marca Registrada.  
Derecho de autor en trámite.

«Las opiniones y notas publicadas en  
la revista son responsabilidad de sus  
autores y no corresponden necesariamente  
al pensamiento de ON24»

ISSN N° 1851-4723



# H O M E S W E E T



# H O M E O F F I C E

## NINA

San Luis 505

En Fundar pensamos los espacios en función de la vida de sus habitantes. Sabemos que hoy es fundamental contar con un lugar para poder trabajar desde la comodidad de tu casa. Por eso en Nina desarrollamos un cómodo ambiente para que armes tu propia oficina.

### *fundar*

**M.GUSTAFSSON**  
341 6696955

**RINESI**  
341 6941668

**DUNOD**  
341 6907020

**JOSÉ ABIAD**  
341 5790933

**BANCHIO**  
341 4683284

# POR MUCHOS MOTIVOS, EL NÚMERO MÁS DESTACADO DEL AÑO

Ya les habíamos explicado, queridos lectores, que los últimos tres meses del año siempre se pasan volando. Que no son octubre, noviembre y diciembre, sino que son octubrenoviembrediciembre. Sí, así, todo junto y pegado. Es como una pendiente resbaladiza que va derecho hacia el año siguiente. Siempre ha sido así, desde antaño. Y este 2020 quizá se note mucho más, en un año en el que nos pasamos la mayor parte de él encerrados, aislados, distanciados de los demás. El final no será demasiado distinto, ¡aunque ya empezamos a ilusionarnos con los avances médicos y técnicos que se vislumbran en el resto del mundo!

Y llegamos a noviembre, al penúltimo mes del año. Y con el penúltimo mes del año llega el número más destacado hasta el momento de ON24. Desde la Redacción hemos preparado un número regordete, repleto de información, y pensando en ese billete de 100 pesos argentinos que ha sido carcomido por las polillas, apuntamos a darle valor a esos pesos que queden en el bolsillo. Es por eso que aprovecharemos para contarles un poco de los distintos actores productivos: para dónde se fueron, cómo se reinventaron, si es que pudieron hacerlo. ¡Hasta hablaremos sobre los influencers! Gente que se hizo cuentapropista en el ámbito de las redes sociales y que ha encontrado una forma provechosa para sobrevivir dignamente.

Sin embargo, también nos tocará relatarles acerca de experiencias de empresas que se fueron, o que se fueron reconvirtiendo en un distinto tamaño. Y capítulo aparte para la construcción, el gran refugio para escaparse de las polillas en este 2020. ¡Muchísima información sobre desarrollos inmobiliarios! Es que las empresas constructoras están *a full*, el único sector que realmente ha tenido un auge en este año pandémico. ¡Vayamos preparando las copas, porque el 2020 ya se acerca a su fin!

# CHEVROLET TRACKER LA NUEVA NORMALIDAD DE LAS SUV.



MOTOR TURBO



WIFI



FRENADO DE EMERGENCIA



6 AIRBAGS

FIND NEW ROADS™

CHEVROLET



# El impuesto a la riqueza genera pobreza

El impuesto a la riqueza genera pobreza. Arrancamos con esa frase y tratamos de delinear algunas nociones básicas al respecto. Por empezar, ni siquiera el oficialismo quiso que se lo conociera mediáticamente por su nombre oficial, fruto de tecnicismos en miras de intentar evitar una futura declaración judicial de inconstitucionalidad. Es que, en realidad, la nomenclatura oficial de este impuesto apuntaría a que no es un impuesto: “aporte extraordinario por única vez para ayudar a morigerar los efectos de la pandemia”. El nombre como arquetipo de la cosa, o no. Ironías de la Argentina del siglo XXI.

Se habla de aporte para que luego la Corte Suprema de Justicia no diga que es confiscatorio, porque si se lo calificara de buenas a primeras como un impuesto, eso sería lo primero que dirían. Asimismo, se presenta un pobre intento de asociarlo a una morigeración de los efectos de la pandemia cuando es sabido que los fondos no se destinarán realmente a eso, y cuando más sabido es aún que los efectos más gravosos no han sido de la pandemia por el coronavirus, sino de la cuarentena injusta a la que el Gobierno Nacional sometió y somete a la población argentina.

Por otra parte, más allá de las inconstitucionalidades sobre las cuales se han escrito ríos de tinta electrónica, resulta de importancia destacar el erróneo concepto que tiene el kirchnerismo sobre la generación de la riqueza y su vínculo con la pobreza. El oficialismo sigue convencido en su estudio de las causas de la pobreza, y en una supuesta redistribución de lo que han obtenido aquellos que han podido superar ese estadío. Es que las causas de la pobreza no requieren de demasiado estudio: la pobre-

za es nuestro estado de naturaleza. Si queremos ser pobres sólo debemos quedarnos quietos y no hacer nada, irnos con un gomón al medio de la isla y ver pasar los días. Seguramente seremos pobres en un santiamén.

Uno puede intentar ser rico, fallar, y ser pobre. Difícilmente se dé un caso en la historia de la humanidad en que alguien intente ser pobre, falle, y sea rico. Por eso Adam Smith estudiaba la riqueza de las naciones y no la pobreza de las naciones. Porque la dificultad estriba en descubrir los mecanismos que nos permitan ser ricos, no los mecanismos que nos permitan ser pobre. Ser pobres es muy fácil. Ser rico es lo difícil. Y el mal llamado impuesto a la riqueza es, justamente, una prueba cabal de lo fácil que podemos ser pobres, y lo profundamente pobres que podemos ser si nuestros gobernantes ponen el empeño en ello.

El Gobierno piensa que redistribuirá riqueza, pero como el Estado no genera nunca riqueza, lo que no termina de entender es que lo único que redistribuirá será pobreza. No hará más ricos a aquellos a los cuales les destine una porción de lo que antes pertenecía a los supuestos ricos. Sólo hará más pobres a todos.

**Por Garret Edwards**  
*Director de Investigaciones Jurídicas de*  
*Fundación Libertad*  
**@GarretEdwards**





## Sólido desde todo punto de vista.

Distrito Puerto Norte es un desarrollo fortalecido por la alianza con empresas de gran trayectoria que aportan expertise, calidad y respaldo en cada proceso.

De esta manera, el barrio exclusivo en altura se está convirtiendo en una realidad cada vez más concreta y en una inversión cada vez más segura.

Visítá su web y conocélo.

**OFICINAS COMERCIALES: VÉLEZ SANSFIELD Y THEDY.**

AGENDÁ TU VISITA

LLAMANDO AL (0341) 528 3839

[DISTRITOPUERTONORTE.COM](http://DISTRITOPUERTONORTE.COM)



# IconCenter

## ROSARIO

### Un nuevo ícono de la ciudad

**IconCenter** es el proyecto de un complejo de usos mixtos que se ubicará en la manzana delimitada por las calles San Lorenzo, Presidente Roca, Santa Fe y España.

Tendrá accesos por las calles San Lorenzo y Roca, vinculando unidades funcionales que sinergizan en un mismo complejo: hotel **Hampton by Hilton** de 96 habitaciones, residencias, centro de negocios, tres niveles de parking subterráneo y un paseo peatonal a cielo abierto con espacios comerciales y gastronómicos.

---

Consultanos por más información en [argenway.com](http://argenway.com) o al  +54 9 3412 03-5642

---

DESARROLLA



PROYECTA



FRANQUICIA



CONSTRUYE





Hotel Hampton by Hilton · Paseo peatonal · Centro de negocios  
Residencias · Parking



# EN OBRAS

NUEVAMENTE EL LADRILLO SE IMPUSO  
COMO REFUGIO DE VALOR

La construcción en pleno auge contrasta con el resto de la actividad económica hundida tras la pandemia y rematada con la cuarentena.

Si bien el sector logístico fue el gran ganador del inédito 2020, en Rosario las constructoras fueron inmunes al Covid destacándose claramente como la actividad más pujante de la región







# DOS FUERTES APUESTAS POR ROSARIO

---

LA CONSTRUCTORA NO SOLO ESTRENÓ UNA NUEVA SEDE EN EL EDIFICIO BAKER, SINO QUE TAMBIÉN PARTICIPA EN LA REFUNCIÓNALIZACIÓN DEL EMBLEMÁTICO EDIFICIO FARO, DE FUNDACIÓN LIBERTAD

---

Luego de dos años de obra, la empresa rosarina MSR Constructora finalizó la mudanza de sus oficinas de Rioja al 1900 e inauguró este lunes su nueva sede en un inmueble emblemático de la ciudad. “Apostamos al futuro y al crecimiento”, afirmó a ON24 el presidente de la firma, Gabriel Redolfi.

Concretamente, la desarrolladora se instaló en la primera planta del Edificio Baker, en Rioja al 1500, a partir de una restauración integral que la firma local emprendió junto con Rosental para transformar la antigua filial de Telecom en una propiedad destinada a oficinas premium.

El edificio de cinco pisos es Patrimonio Histórico de la ciudad y, luego de permanecer abandonado durante décadas, fue adquirido por Grupo Rosental y totalmente refuncionalizado por MSR, conservando su fachada de estilo ecléctico.

Redolfi destacó “el excelente trabajo del Área de Patrimonio de la Municipalidad”, que les permitió lograr los permisos para restaurar el inmueble, e indicó que las oficinas nuevas cuentan, en sus 850 metros cuadrados, con tres salas de reuniones, áreas Comercial y Técnica, Administración, Tesorería, Gerencias y todas las partes operativas de la empresa, además de una “linda zona de recepción”, remarcó.

El empresario local consideró que “el edificio de una compañía hace mucho a la cultura de la misma” y puntualizó: “Una marca se construye con muchos elementos y eso es lo que nosotros pretendemos: trabajar día a día en la construcción de marca y esta nueva sede hace a eso, forma parte de la cultura de la empresa. Ampliamos las instalaciones, concentramos todas las áreas, mejoramos las prestaciones de las oficinas anteriores que nos habían quedado chicas y nuestros clientes tienen un mejor ám-

bito. Esperamos que esto sirva para potenciar nuestra natural energía que ponemos en todo lo que hacemos”.

### Un ícono arquitectónico

A través de un convenio estratégico, Fundación Libertad y MSR Constructora inician un ambicioso proyecto de ampliación, refuncionalización y modernización del Edificio Faro, de calle Mitre 170.

“La obra reafirma nuestro compromiso con la ciudad. Fundamos este espacio en 1988 con mucha ilusión de ayudar a la Argentina. Trabajamos incansablemente, pero en épocas críticas, nuestro deber es redoblar el esfuerzo para defender los valores de la democracia, la república y la iniciativa privada”, destacó Gerardo Bongiovanni, presidente de la entidad.

El proyecto diseñado por el Arquitecto Gabriel Redolfi, abarca la totalidad del edificio. Los trabajos exteriores de puesta en valor de la icónica fachada apuntan a la relación estética de este hito arquitectónico con su entorno, manteniendo la gran enredadera y ampliando la fluidez visual entre el interior y el marco escenográfico del área ribereña central a través de mayores superficies vidriadas, incorporando, a su vez, eficiencia energética haciendo al Edificio Faro más amigable con el medio ambiente. Para acentuar esta creciente apertura hacia el entorno, la planta baja incorpora también locales de uso comercial complementarios con la actividad de la Fundación.

En cuanto a la refuncionalización interna, las obras incluyen la ampliación de las instalaciones en un 30% de la superficie operativa. El diseño guiado por la creación de espacios de encuentro conserva el Auditorio Rogelio Pontón en el quinto piso, sumando nuevas salas de usos múltiples, dos áreas dedicadas a actividades sociocultura-



les y nuevas aulas para la Escuela de Negocios. Acompañando este crecimiento se incorporan también áreas de servicio y escaleras reglamentarias para ofrecer confort y seguridad al creciente caudal de usuarios previsto para estos nuevos espacios.

Custodiando el hall de ingreso, un mural exhibirá los nombres de las empresas privadas que hicieron posible la compra, ampliación y modernización de la casa de uno de los think tanks más influyentes de la región.

“El Mural de los Empresarios es un homenaje a quienes confiaron en nosotros para la defensa de los valores de la libertad”, explicó Bongiovanni, quien además adelantó que el Edificio Faro se convertirá en la sede argentina de la Cátedra Vargas Llosa, entre otros destacados proyectos internacionales próximos a anunciar.

PELEGRINET // Por Fabiana Suárez



# ENCARA PARA GRUPO SAFRA UN ICÓNICO EDIFICIO PORTEÑO BAJO LA DIRECCIÓN DE FOSTER

---

HACIA FIN DE AÑO, EN ROSARIO, INICIARÁ TORRES EN LA EX IMPRENTA FERRAZINI JUNTO A QUINQUELA DEL HUERTO

---

Se consideran “una gran compañía en la construcción” y sin dudas lo son. La potente carta de presentación de Pellegrinet corrobora con holgura ese concepto, exhibiendo desarrollos inmobiliarios e industriales para gigantes mundiales y pesos pesados del mercado local. De bajo perfil, optando por hablar a través de sus obras, Néstor Pellegrinet, titular de la desarrolladora homónima, concedió una nota a ON24 para repasar las “últimas” conquistas logradas por la constructora a base de reputación y su ingreso al mercado de porteño como jugador de las grandes ligas.

#### ¿Cómo están viviendo este momento económico?

Afortunadamente con mucho trabajo. Rosario está restringido porque la provincia nos limita con la cantidad de personal. En Distrito Puerto

Norte, estamos al 50 por ciento de la ejecución. Esa obra es prácticamente una manzana, la gente que trabaja allí se “pierde” pero es la normativa que tenemos.

#### ¿Qué otros proyectos están en marcha?

Una vez que finalicen los trabajos de demolición arrancamos con Quinquela del Huerto, un proyecto del Estudio Pantarotto. Estimamos que será en enero próximo. Es una construcción llave en mano de una torre premium de 23 pisos destinada a viviendas. Otra obra, en este caso propia, es dEco (Distrito Ecológico). Un proyecto consensuado con la Municipalidad de Rosario, aprobado por ordenanza del Concejo Deliberante, en el predio de la ex imprenta Ferrazini.

#### Lo cuenta con mucho entusiasmo, ¿qué tiene en particular dEco?

Fue un proceso de 2 años sobre un

predio cuya fachada es considerada patrimonio histórico. Nosotros conservaremos el estilo Art Déco, tomando distancia entre la torre de viviendas y la estructura original a través de un área central verde interna, semipública. Pero ante todo las viviendas están diseñadas para obtener una alta calificación en el etiquetado basado en la norma IRAM 11900:2017

#### ¿Están encarando también obras en Buenos Aires?

Tenemos más trabajo que acá.

#### ¿Cómo se logra eso?

Hace 15 años comenzamos de la mano del Alto Palermo, luego de haber hecho Alto Rosario. A partir de allí se fue haciendo una cadena por el cumplimiento de nuestras normas de calidad. En general hacemos grandes edificios de oficinas. En Avenida Libertador al 7200, en el Barrio de



dEco - Vista de calle baja

Núñez, construimos 104.000 m2 para RAGHSA, la principal desarrolladora de oficinas de Buenos Aires. Pero ahora nuestro principal desafío será una obra que se convertirá en un ícono de Buenos Aires.

**¿Nos puede contar más?**

Estará ubicada en las Avenidas Alem y Córdoba, donde Saфра, uno de los mayores grupos de Brasil, es el dueño del terreno en el que se va a construir la torre de oficinas de 35 pisos de cara a Puerto Madero. Un proyecto del reconocido arquitecto británico Norman Foster.

**¿Qué llamativo, un emprendimiento de esa potencia apostando a oficinas en la “Era Covid”. ¿Cree que se reformulará?**

Será una estructura muy llamativa de forma triangular, que, si bien fue concebida antes de la pandemia, sus espacios aéreos son muy importantes y muy ventilados. Como se des-

cribió oportunamente en el Diario Clarín, el 70% de la construcción será un espacio público abierto y un jardín que continúa debajo del edificio. Habrá terrazas de tres pisos que crean espacios al aire libre para reuniones informales en toda la torre. Con un vestíbulo de entrada elevado, el edificio incluye cinco atrios internos. Tal lo señalaron en el matutino, la obra contará con un “exuberante jardín público. Las terrazas en cascada definen la forma escultórica del edificio, al mismo tiempo que ofrecen espacios de reunión y ocio al aire libre para lograr lugares de trabajo excepcionales”. Se utilizarán madera, hormigón y materiales de acero inoxidable pulido. Y está pensado para aprovechar al máximo la luz y la ventilación natural.

**Con semejante caudal de obras, ¿han sufrido desabastecimiento?**

Nosotros no sufrimos desabasteci-

miento, pero sí tuvimos algunos problemas de provisión de ascensores. Hubo un pico cuando el dólar pegó el salto a \$190. La gente dejó de vender y ahora con la caída están “soltando” los productos. Igualmente hay muchas restricciones en las importaciones de todo lo que es equipamiento, aires acondicionados, ascensores, revestimientos. Materiales caros, que impactan mucho en las obras premium.

**¿Cómo está la demanda de obras en el sector industrial? Ustedes tienen un largo recorrido en ese terreno, incluso en el portuario**

Efectivamente hemos realizado obras para Cargill, Noble Argentina, Cofco, pero ahora es un sector que no demanda. Nadie se salva de una crisis, en mayor o menor medida la sufrimos todos.

on24

dEco - Patio interno semipúblico





dEco fue un proceso de dos años sobre un predio cuya fachada es considerada patrimonio histórico

*Así luce una unidad de 2 dormitorios 81 m2 en dEco*

**dEco EN CIFRAS**

**+ 16.000 m<sup>2</sup>**  
TOTALES DE CONSTRUCCIÓN

.....

**85 VIVIENDAS**  
DE 1, 2 Y 3 DORMITORIOS

.....

**3.000 m<sup>2</sup>**  
DE OFICINAS Y LOCALES



*Oficinas en dEco*





# ICONCENTER, EL PRIMER COMPLEJO DE USOS MIXTOS EN EL CENTRO, CON HOTEL INTERNACIONAL Y PASEO PEATONAL COMO PROTAGONISTAS

# > SOMOS UNA CONSULTORA BOUTIQUE EN NEGOCIOS



IG costayasociados | FB costa&asociados

+54 9 341 5 490024

Av. Pellegrini 1811, Of. 3, Rosario

pcosta@live.com.ar / hola@costa-asociados.com.ar

HTTP://

**COSTA-ASOCIADOS.COM.AR**

# { Clúster }<sup>®</sup>

## QUERÉS SER PARTE?

SI SOS UNA EMPRESA DE TECNOLOGÍA  
Y SERVICIOS, **SUMATE!**



## + QUE LA SUMA DE LAS PARTES

DESDE ARGENTINA  
PARA EL MUNDO

*Dignos de Tecnología y Servicios*

WWW.  
CLUSTERLATAM  
.COM



f  
@  
in

## ¿QUÉ MODALIDADES DE INVERSIÓN Y RENTABILIDAD OFRECE Y EN QUÉ ETAPA ADMINISTRATIVA SE ENCUENTRA?

El primer complejo de usos mixtos que se levantará en el Centro de Rosario (en la manzana delimitada por las calles San Lorenzo, Pte. Roca, Santa Fe y España) ya tiene nombre: se denominará IconCenter. De la mano de la empresa Argenway, del Grupo FreeWay, el desarrollo obtuvo luz verde por parte del intendente y ahora pasa al Concejo Municipal.



Así lo anunció a ON24 el director de la firma, Lisandro Cristiá, quien destacó que el proyecto tendrá dos protagonistas principales: por un lado, el primer Hotel Hampton by Hilton, que llegará a la ciudad con 96 habitaciones de unos 23 m<sup>2</sup> dispuestas en 10 niveles; y por otro, el paseo peatonal que va a conectar las calles San Lorenzo con Presidente Roca a lo largo de unos 80 metros, de los cuales la mayoría serán a cielo abierto. El paseo contará con locales comerciales de 70, 90 y 220 metros cuadrados, para los cuales la desarrolladora ya está negociando con varias marcas. Una de ellas sería una franquicia, de la que todavía prefirieron no adelantar el nombre, y las otras dos de Rosario. Uno de los locales estará por Presiden-

te Roca y otro por San Lorenzo, al tiempo que el tercero, el de mayor tamaño, será destinado a una propuesta gastronómica en el centro de manzana, que acompañará un recorrido verde con una plaza seca y que compartirá uno de los ingresos al Hotel.

Además, el desarrollo, que supone una superficie total a construir de 16.364 metros cuadrados, contemplará una torre de 21 pisos y 39 departamentos de uno, dos y tres dormitorios, piscina, solárium y amenidades. En tanto, sobre San Lorenzo, tendrá lugar el IconBusiness, un espacio para distintos usos corporativos (oficinas, coworking, salas de reuniones, eventos) que se desplegará en un volumen de 1.000 metros cuadrados vinculado a la torre.

“Va a ser el primer complejo de usos mixtos del Centro de Rosario, no hay otro igual que combine hotel, edificios de residencias, espacios corporativos, locales comerciales y cocheras en subsuelos”, resaltó Cristiá. “Vendría a ser un mini Puerto Norte en el corazón céntrico, a tres cuadras de la Bolsa de Comercio y a dos del Paseo del Siglo. Entonces, desde ese lugar va a ser icónico”, remarcó.

Desde el punto de vista comercial, el proyecto ya tiene 25 inversores incorporados que han comprado habitaciones de hotel o departamentos. Es que, tal como explicó el empresario rosarino, el Hotel se comercializa en forma similar al de Bariloche, es decir, en formato de condo-hotel, por lo que “el inversor puede comprar una habitación, media, un cuarto o incluso menos. Es una especie de crowdfunding”, indicó.

La renta proyectada para este negocio “triplica la de un departamento en alquiler”, señaló Cristiá y ejemplificó: “Si un departamento de un dor-

mitorio lo compras y lo alquilas en 17.000 pesos mensuales, el hotel te proyecta 50.000 pesos mensuales y sin tener que preocuparte por el contrato con el inquilino”.

“No hay un piso para invertir porque hemos ido participando las habitaciones del hotel de manera tal que se pueda invertir a partir de, por ejemplo, 600.000 pesos. Es muy atomizable”, explicó el director de la empresa local.

A su vez, Argenway propone otras modalidades de negocio con el complejo, como ser inversión inmobiliaria al pozo, que permite acceder a un 35% más barato que al finalizar la obra, o la inversión en los locales comerciales o en cocheras.

Por su parte, en lo que refiere a la etapa administrativa del desarrollo, Cristiá anunció que “ya tenemos el OK del intendente para toda la volumetría” y comentó que ahora el paso siguiente es el Concejo Municipal para tener la aprobación final y poder comenzar la obra.

Apuntó que como “se trata de un proyecto especial, requiere dos o tres excepciones menores” de parte del cuerpo legislativo. “No planteamos nada descabellado, no debería haber ningún problema, porque la ciudad se beneficia mucho con el primer Hotel de la cadena Hilton en Rosario y, además, cedemos un tercio de la planta baja para un paseo peatonal de unos 500 metros cuadrados de uso público”, recaló Cristiá.

Cabe destacar que el complejo demandará una inversión de unos 25 millones de dólares, de los cuales el 40% corresponde al Hotel, y prevé crear 400 empleos, entre directos e indirectos.

# HOY MÁS QUE NUNCA **SABÉS DÓNDE IR.**



Queremos  
cuidarte y que  
te cuides

Con los más altos estándares de seguridad para que puedas continuar atendiendo tu salud: Guardia las 24hs, todas las especialidades, estudios diagnósticos y cirugías de alta complejidad.

[grupogamma.com](http://grupogamma.com)



**GRUPO GAMMA**  
RED INTEGRADA DE SALUD



**HOSPITAL PRIVADO DE ROSARIO**



# «SE TRABAJA PARA LAS PERSONAS, NO PARA EL ESTILO»»

---

FABIÁN CAMBORSANO, TITULAR DE LA DESARROLLADORA, REALIZÓ SU BALANCE DE FIN DE AÑO

---

**F**abían Camborsano es ingeniero y ama la arquitectura bien construida. Se define como un obsesivo por los detalles y por cumplir los plazos de ejecución de una obra. Es el titular de Jauke Desarrollos, una empresa que en 2020 cumplió 10 años ininterrumpidos de proyectos y construcciones. En un mano a mano con este medio, repasa la trayectoria de su firma.

*Ya son más de 50 casas y 15 edificios en el portfolio de Jauke ¿Qué cambios notaste desde esos comienzos hasta hoy? ¿En los estilos arquitectónicos? ¿En el gusto de las personas?*

Siempre digo que es importante pensar en cómo la arquitectura y la construcción de una casa son “el gran momento” en la vida de las personas. Lo digo cada día en mi empresa para que comprendamos la responsabilidad que tenemos ante cada proyecto.

Un proyecto debe causar felicidad y bienestar en la vida de las familias, con esa premisa encaramos el trabajo. Por eso, el estilo arquitectónico no debe limitarte, no debe ser un molde al que tenés que entrar sí o sí.

Coincide muchas veces que las personas que nos llaman ya han visto nuestros diseños de casas y quieren algo similar, pero existe un trabajo inicial muy intenso de conocimiento de cada familia, de sus integrantes, de sus gustos y estilos de vida. Se trabaja para las personas, no para el estilo.

*Me imagino esas primeras charlas con un cliente donde cada integrante de la familia quiere algo diferente.*

¡Sí! Son buenas reuniones, enriquecedoras, donde hablamos de las formas de vivir y de relacionarse con el otro, de sus horarios, si les gusta cocinar (para evaluar jerarquías en el diseño), si son de recibir amigos...

El confort inteligente es nuestro eje. Significa generar el mejor proyecto con la mayor sustentabilidad posible en la

elección de materiales y en el ahorro energético.

*¿Cuál es la ventaja competitiva que ofrece Jauke frente a otras empresas?*

En Jauke nos ocupamos de todo. El proyecto tiene un único responsable, una sola empresa que realiza la casa de principio a fin. Proyecto, construcción, instalaciones (todas), aprobaciones, mobiliario. Tu casa llave en mano. Cumpliendo estrictamente el plazo de entrega pautado y el costo estipulado.

*¿La familia solo lleva su ropa y se muda?*

¡Sí, así es! La entregamos lista para vivir. Esto es fundamental a la hora de elegir quién te acompañará en el proyecto de tu vivienda. El costo que pautamos al inicio es el que abonás hasta el final. El tiempo de entrega estipulado que pautamos al inicio, es el que cumplimos.

*Este año fue muy diferente en cuanto a nuestros ritmos de vida. ¿Cómo lo viviste?*

Nosotros somos emprendedores, eso quiere decir que nunca paramos. Hace 10 años abrí mi propia empresa con el gran desafío que ello implica en Argentina, y ese espíritu de crecer cada año un poco más no varió en este raro 2020. Este año, todos nos dimos cuenta del valor de nuestros afectos y el cobijo y el resguardo de la casa propia. En nuestras casas trabajamos, hacemos gimnasia, recibimos amigos; cada día más tiempo de nuestras vidas transcurre en nuestra casa. De allí el valor que tienen.

*¿Cómo te imaginas tu empresa de aquí a 10 años?*

Me imagino haciendo 3 cosas: trabajando, trabajando y trabajando.

En Jauke tenemos 2 áreas de negocios, nuestra División Casas y nuestra División Edificios, en la que construimos edificios para terceros, sean estudios de arquitectura o desarrolladores que



traen su proyecto y Jauke lo construye. Así que imagino un futuro de crecimiento en ambas áreas. Solo entiendo el crecimiento con estrategia y un trabajo coordinado con todo mi equipo. Esperemos que Argentina acompañe a los emprendedores con planes económicos a largo plazo.



# UN NUEVO SOL LLEGA AL CENTRO ROSARINO

## CONTARÁ CON UN INNOVADOR CONCEPTO QUE INCLUYE UNA TORRE DE DEPARTAMENTOS AL FRENTE, UN COMPLEJO DE DÚPLEX EN LA PARTE TRASERA Y UNA PLAZA VERDE QUE ACTÚA COMO NEXO ENTRE AMBOS

**B** El desarrollo apuesta a un nuevo concepto en desarrollos inmobiliarios. Un nuevo Sol de Patagonia (XXVI) se asoma y estará ubicado en calle Mendoza 1465. Una ubicación privilegiada, entre Paraguay y Corrientes, a metros de los principales puntos de interés de Rosario. A tan solo cuadras de las principales arterias de la ciudad, como Avenida Pellegrini y calle Córdoba, que permiten el cómodo desplazamiento mediante las líneas de transporte público, con cercanía a los principales centros comerciales y a las instituciones educativas más importantes.

Sol de Patagonia XXVI fue pensado como un particular concepto que se caracteriza por contar con una torre de departamentos al frente, seguido por un amplio espacio verde y, en la parte trasera, cuenta con unidades individuales en forma de dúplex. El verde central se constituirá en una plaza interna de grandes dimensiones que actuará de nexo entre la tradicional torre del frente y los dúplex del fondo. Según comentó Gustavo Bled, titular de la compañía, “Nuestro deseo es que la gente cuente con más espacios al aire libre para disfrutar”. Bled opinó: “La pandemia reforzó la idea, previamente desarrollada, de contar con estos espacios integrados, balcones y ambientes amplios, características fundamentales de nuestra línea Sol de Patagonia”. Por otro lado, también destacó la importancia de contar con amenidades como salones de usos múltiples que se integren al complejo a través de la plaza central.

La torre al frente tendrá planta baja y 9 pisos, con un ingreso a un hall en doble altura jerarquizado. La misma estará constituida por unidades mo-

noambientes, de 1 dormitorio y semipisos de 2 dormitorios, unidades de cocheras, bauleras y bicicleteros en el subsuelo. A su vez, el conjunto total del emprendimiento, incluidos los dúplex ubicados sobre la parte trasera del terreno, sumarán 3500m<sup>2</sup> totales construidos. La plaza verde ubicada entre ambos supone 27 metros de largo, con vegetación y lugar para esparcimiento, que permitirá hacer de este lugar un espacio placentero y de disfrute. Contará también con dos quinchos totalmente equipados con capacidad para 16 personas cada uno y una amplia terraza con solárium y duchas.

“Este proyecto se desarrolla de acuerdo con normas de eficiencia energética, logrando así, la evolución hacia un nuevo modelo energético, más sostenible, promoviendo el ahorro y preservando el medio ambiente”, explicaron desde BEI.

Según destacó el empresario, “la inversión en ladrillos siempre ha sido una muy buena elección y un buen negocio a largo plazo”. Bled aseguró que “se ha dado una conjunción de situaciones en las que el costo de construcción ha bajado tanto que está en

su piso histórico”. Sin embargo, aclaró: “Muchas versiones sostienen que pronto empezará a repuntar su valor, por lo que estamos ante una situación en la que es posible comprar al precio de pozo más bajo de los últimos años y luego contar con un gran margen en dólares a futuro”.

Bled confía también en los atractivos que presenta Rosario para los inversores. “Es un núcleo sojero de todas las ciudades de alrededor. Mucha gente trabaja sus campos en los alrededores y termina haciendo su vida de residente, fin de semana o de estudio de sus hijos en Rosario”, explicó. Luego, destacó: “La demanda de vivienda en la ciudad es muy importante”. BEI es una firma con 21 años de trayectoria y lleva actualmente 33 edificios entregados en la ciudad, al tiempo que se encuentra comenzando la construcción del número 37. “Nuestro diferencial es el compromiso con el cumplimiento de los tiempos de construcción. Vemos la inversión inmobiliaria como nuestra actividad cotidiana y no como una eventualidad. Tenemos un nuevo sol en el horizonte. Seguimos desarrollando sueños”, cerró.

on24



Siempre supimos que de las adversidades se sale fortalecido!

El 2020, no fue la excepción...

Entregamos Foss II y We Building, renovamos nuestra imagen y seguimos trabajando en cada detalle que aporte valor a nuestros clientes. Estamos más motivados que nunca para arrancar este 2021 junto a vos.

Felicidades!

---

**Construimos  
en serio, no en serie.**

**¡Contactanos!**

☎ (0341) 558 1414 / 558 8888 ✉ [info@g70desarrollos.com.ar](mailto:info@g70desarrollos.com.ar)

📍 Corrientes 631, Piso 3º | Foss II Edificio de Oficinas | Rosario, Santa Fe, Argentina.

📷 [g70desarrollosinmobiliarios](https://www.instagram.com/g70desarrollosinmobiliarios) 📱 [g70desarrollosinmobiliarios](https://www.facebook.com/g70desarrollosinmobiliarios) 🌐 [www.g70desarrollos.com.ar](http://www.g70desarrollos.com.ar)





## COLUMBIA

Colón esq. Cochabamba. Rosario.



## LIVINGGREEN

Güemes 2472. Rosario.



## CONQUEROR

JM de Rosas 1630. Rosario.



## SINGLE

Brown 1790. Rosario.



## FOSS II

Corrientes esq. San Lorenzo. Rosario.



## CONDO NELLO II

Alem 2450. Rosario.



## CITTÁ LUX

Tucumán 2126. Rosario.



## 360 BUILDING

Bv. Urquiza 571. San Lorenzo.



## WE BUILDING

Av. Pellegrini 4041. Rosario.

# EN OBRAS

## *Funes*

La ciudad del Oeste bien merece un capítulo aparte y ON24 ha sido testigo privilegiado de cada desembarco empresario.

Pecam, Obring, Transatlántica, Gamma, Rosental, Oroño, fueron algunos de los grandes grupos rosarinos que llegaron con fuertes inversiones a la “ciudad pueblo”.

Registramos los últimos movimientos inmobiliarios en plena cuarentena.

# LA CASA DE TUS SUEÑOS



PROYECTAMOS. CONSTRUIAMOS. DESARROLLAMOS  
**CASAS LLAVE EN MANO. LISTAS PARA VIVIR**

**10 AÑOS DE TRAYECTORIA + DE 50 CASAS ENTREGADAS**

DISEÑO DE PROYECTO A TU MEDIDA / FORMA DE PAGO CONVENIDA / PLAZO DE OBRA ASEGURADO / GARANTÍA DE CALIDAD Y SERVICIO DE POSVENTA



[www.jaukedesarrollos.com.ar](http://www.jaukedesarrollos.com.ar)

 @jaukedesarrollos



# PECAM PRESENTA MEGAPROYECTO EN ZONA DE COUNTRIES

---

MERCADO FUNES SERÁ UN CENTRO COMERCIAL CON UNA FUERTE  
INVERSIÓN EN SU ENTORNO NATURAL

---

Tal lo adelantara ON24, ingresó en el Concejo Municipal un proyecto del Grupo Pecam para construir un paseo de compras en una de las esquinas más codiciadas de Funes.

El megaproyecto con una inversión de más de \$540 millones, aspira a poner en valor un importante predio donde hoy funciona el Obrador Municipal, un playón que alberga maquinaria municipal, rompiendo la armonía de una de las zonas más cotizadas de la ciudad.

Para una mejor orientación de los rosarinos que visitan la ciudad, las tierras en cuestión se ubican en la intersección de las Avenidas Fuerza Aérea y la exquisita Irigoyen, recurrente postal de primavera por sus famosos Lapachos. A su vez, sobre Fuerza Aérea se extiende una sucesión de barrios privados, algunos consolidados, otros en pleno desarrollo, que demandan servicios de calidad, hoy pocos e incipientes en la ciudad. En diálogo con el Gerente de Desarrollo de Pecam, Mariano Barloqui, ON24 tuvo acceso a más especificaciones de la iniciativa privada:

“El expediente del proyecto comercial fue ingresado al Concejo. Nuestra intención es comprar el predio donde hoy funcionan el Obrador y el Vivero Municipal, una superficie de unos 15.000 m<sup>2</sup>. Pero a su vez, completando esa manzana hay 9.000 m<sup>2</sup> de espacios verdes, un entorno que merece ser embellecido y posteriormente bien mantenido, compromiso que asumimos dentro de la propuesta”, explicó Barloqui.

Según describe el expediente, la obra está planteada en seis grandes bloques comerciales y de servicios, que se armonizan en un paseo semi público que se piensa con el nombre de “Mercado de Funes”. Contará con locales comerciales de grandes, me-

dianas y pequeñas superficies, un sector destinado a servicios y otro específico para gastronomía en una superficie de paseo culinario pensada en unos 800 m<sup>2</sup>. Además, más de dos mil metros cuadrados destinados a estacionamiento vehicular.

El centro comercial-jardín, contará con grandes espacios verdes en el interior, preservando la arboleda existente. Suman también un parque público de 9.000 m<sup>2</sup> y otros 8.000 m<sup>2</sup> de espacios semipúblicos que se integran a la ciudad.

A cambio, el desarrollador propone construir dentro del predio un centro cultural de 250 metros cuadrados que será de uso municipal, para actividades sociales y culturales.

Entre las obras compensatorias, el ejecutivo informó el compromiso de Pecam de mudar y descentralizar en otros predios ubicados en distintos puntos de la ciudad el actual Obrador Municipal.

“Se trata de un proyecto sumamente ambicioso que equilibra el aprovechamiento privado de un pequeño espacio de la ciudad, con las necesidades operativas y logísticas del Municipio y sus áreas de servicios”, señalan desde la empresa, “adicionalmente, la comunidad se beneficia al contar con un clúster de Comercios y Servicios de calidad en una de las zonas de mayor crecimiento demográfico de Funes de los últimos años”, sostienen.

En relación al tiempo que puede tomar la evaluación y posterior concreción de “Mercado Funes”, Barloqui imagina plazos ágiles dada la coyuntura sumamente crítica que necesita de la inversión privada. Una suerte de “win win” donde ganan todos: “Gana el municipio sumando obra pública y recaudación y gana la comunidad que pretende de Funes una ciudad para vivir en toda su



dimensión”.

“Queremos brindar servicios de excelencia, seremos muy selectivos con las marcas que desembarquen en nuestro proyecto”, anticipa el ejecutivo.

### Articulación público-privada: el único formato posible en tiempos de crisis económica

Más allá del modelo público privado propuesto por Pecam para desarrollar el clúster comercial, el Gerente del grupo rosarino analizó: “el país necesita provocar un shock de inversiones, destrabando grandes proyectos privados cuyos aportes compensatorios suman obras públicas millonarias, que ninguna administración municipal está en condiciones de encarar dada la crítica coyuntura. Si bien este formato se venía dando en la mayoría de las localidades, diría que a partir de esta coyuntura inédita es el único modo que la obra pública pueda acompañar el desarrollo privado”



# YA COLOCARON EL 40% DE LOS LOTES DEL PARQUE CIUDAD INDUSTRIA

---

EL PROYECTO FUE LANZADO EN AGOSTO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL SECTOR DE NAVES ORIENTADAS A PYMES ES INMINENTE

---

La comercialización de Ciudad Industria, el parque industrial que Rosental, Fundar, Juan Félix Rossetti e Ivanar desarrollan en Funes, avanza a buen ritmo y, según informó León Carpman a ON24, en la etapa 1 de venta ya se colocó el 40% de los lotes, que en promedio tienen una superficie de unos 3.000 m<sup>2</sup> y varían de precio según la ubicación.

En tanto, el empresario local señaló que la construcción del sector de naves orientadas a pymes es inminente, al igual que su comercialización. Se trata de un área de 13 hectáreas y 90 mil m<sup>2</sup> cubiertos, que totalizarán 170 naves de entre 500 y 650 m<sup>2</sup> que se entregarán "llave en mano" con servicios completos.

Cabe destacar que en este sector, además, se ofrece opcionalmente equipar las naves con oficinas y sanitarios modulares en distintas versiones que se adaptan a las necesidades de cada pyme. Tal como lo definió Lisandro Rosen-

tal en el evento virtual de lanzamiento del desarrollo, en agosto pasado, Ciudad Industria es la continuidad del Parque Industrial de Pérez, inaugurado en 2009. El proyecto está emplazado sobre el Km 300 de la autopista Rosario-Córdoba y cuenta con acceso directo desde la misma y desde el futuro nudo de conexión al Aeropuerto, de inminente materialización. Se encuentra justo en los límites Rosario-Funes-Pérez y tendrá una superficie total de 260 hectáreas, un área similar a la comprendida entre Av. Pellegrini, Bv. Oroño y el Río.

Además del área pyme, contemplará un sector industrial de 160 hectáreas, con 500 lotes de entre 2000 y 8.000 m<sup>2</sup>, apuntando tanto a empresas que quieran montar allí sus naves o bien para un público inversor que desee apostar a la renta de los terrenos.

Por otra parte, dispondrá de un área de desarrollo logístico, que sumará 100 mil m<sup>2</sup> más a los 30 mil de Pérez en un espacio de 18 hectáreas, que albergará grandes naves subdividibles para entrega llave en mano, más playa de estacionamiento y maniobra propia.

Además, aclaró Joaquín Erlíj, el proyecto contará con zona de servicios abierta a la comunidad que ya se está construyendo y que comprenderá sec-

tor de oficinas, banco, gastronomía, centro de convenciones, coworking, estacionamiento, cuartel de bomberos, servicio de emergencia médica y una subestación de la EPE que aportará 25 megas.

En tanto, el predio del parque estará dotado de fibra óptica y tendrá un fuerte énfasis en la conectividad, además de servicio de seguridad y transporte, iluminación led, centro de capacitación permanente y áreas de descanso y deportes.

on24



ENRIQUE IMAZ // Por Verónica Peyrano



# PISAN FUERTE DOS PROYECTOS DE CONDOMINIOS, UN PRODUCTO CON ALTA DEMANDA EN FUNES

EL INVERSOR SUMARÁ MÁS DE MEDIO CENTENAR DE DEPARTAMENTOS AL MACROCENTRO DE LA CIUDAD

Entre la serie de emprendimientos inmobiliarios que obtuvieron el OK por parte del Concejo Municipal en la ciudad de Funes, dos corresponden al inversor Enrique Imaz, quien ya ha realizado desarrollos comerciales y residenciales en su ciudad, y espera dar inicio a las obras de otros dos condominios en el macrocentro funense en el corto plazo. Se trata de un emprendimiento residencial a pocos metros del casco urbano, sobre el arbolado Boulevard Mitre, a media cuadra de Ruta 9. En ese predio de 4.600 M2 Imaz erigirá una estructura de Planta Baja y dos pisos con características constructivas sólidas: hormigonado que permita la construcción de un subsuelo destinado a estacionamiento vehicular.

“Condo Mitre” tendrá departamentos de uno, dos y tres dormitorios de categoría, con amenidades compartidas y propias y terrazas que se sumen al espacio verde del predio. Con una ubicación privilegiada, a escasos metros de estaciones de servicios, supermercados y media cuadra de Ruta 9, el emprendimiento pretende ofrecer una nueva oferta residencial muy cerca del centro comercial y financiero de la ciudad.

Imaz también espera la aprobación de otro proyecto ubicado en calle Pedro Ríos, unos 300 metros después de calle Galindo, acceso directo a la Autopista Rosario-Córdoba. El lote de 4.700 M2 está ubicado a la vera de las vías del tren, en una de las zonas que por la naturaleza que lo ro-

dea se ha convertido en uno de los paseos recreativos naturales de la ciudad, postal de hermosos atardeceres. En esa esquina se levantarán 30 departamentos distribuidos en un condominio de Planta Baja y un piso, que podrían estar terminados en el 2021 si los permisos de construcción son otorgados sin mayores trabas. Algunas de las unidades serán puestas a la venta y otras ofrecidas en alquiler, atendiendo las necesidades de una ciudad en la que se dificulta encontrar viviendas de residencia permanente, adelantó el inversor.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO



ASEGURATE EN  
**LA SEGUNDA**  
DONDE LO PRIMERO SOS VOS



[www.lasegunda.com.ar](http://www.lasegunda.com.ar)



LO PRIMERO SOS VOS

#QuedateEnCasa

Nº de inscripción en SSN  
0317 - 0618 - 0117 - 0436

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control  
[www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)





# 18 CASAS, COWORKING Y ESPACIOS VERDES: ASÍ ES EL DESARROLLO RESIDENCIAL QUE SE PREPARA EN FUNES



---

# 21 AÑOS DESARROLLANDO SUEÑOS

---

33 EDIFICIOS ENTREGADOS, MÁS DE 117.000 M2 CONSTRUIDOS.  
SIEMPRE CON LA RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO  
DE HACER SUEÑOS QUE DUREN TODA LA VIDA.

SE TRATA DE UN PROYECTO DE CASI 4 MIL M2, CERCA DE LA ZONA DE COUNTRIES DE AVENIDA FUERZA AÉREA

**E**l Concejo Municipal de Funes otorgó la prefactibilidad para el desarrollo inmobiliario que la empresa Obring proyecta ejecutar en la Zona 2 de Funes, concretamente en calle Los Girasoles 3175. Se trata de un proyecto de 3.870 metros cuadrados, que contempla 18 casas de dos plantas y tres dormitorios con jardín y parrillero propios, las cuales totalizan 113 m2 cubiertos, además de un área central con espacios comunes, quincho, coworking y gimnasio, que estará delimitada por un cerco verde y dispondrá de un acceso único al predio. La entrega de la primera etapa del desarrollo, que contará con la arquitectura, diseño y calidad de construcción de Obring, se estima para el verano de 2022. Desde la empresa local entienden que actualmente no hay

en el mercado inmobiliario de Funes un producto de esta naturaleza, pensado para aquellas personas que desean vivir en un entorno verde y descontracturado, y que no responda a la estructura de un country. Ahora, de acuerdo a la ordenanza aprobada en el Concejo Municipal de Funes, la empresa deberá presentar ante la Municipalidad una serie de documentación para obtener la factibilidad definitiva. Entre los estudios solicitados por los ediles, Obring tendrá que exhibir análisis de impacto vial e hídrico, así como también deberá contar con un servicio de recolección de residuos privado. También le exigen realizar ante la EPE, Litoral Gas SA, ASSA y empresas de telefonía por cable e internet las gestiones necesarias para suministrar los servicios correspondientes a las unidades de viviendas. Por último, la empresa a cargo del emprendimiento tendrá que ejecutar las mejoras que fueran necesarias para ordenar satisfactoriamente el tránsito vehicular generado por el proyecto y las obras de regulación de caudales hídricos.

**CONTRIBUCIÓN**

Por otra parte, y en concepto de contribución por mejor aprovechamiento urbano, la normativa sancionada promueve que los propietarios de los lotes abonen al Municipio de Funes US\$ 63.840 (que se podrán abonar en pesos, según el cambio oficial del BNA al momento del cumplimiento), fondos que se destinarán a la ejecución de obras públicas que serán establecidas por ordenanza especial. Esta contribución fue planteada bajo el siguiente cronograma de pago, a partir de la fecha de promulgación de la ordenanza: 50% a los 10 días corridos y 50% a los 180 días corridos. “No cumplimentada la contribución a los 10 días hábiles del vencimiento del plazo de cada una de las cuotas caducará en todos sus términos la presente Ordenanza”, advierte la normativa aprobada en su artículo 10.

on24



ESPACIO PUBLICITARIO

fexa.com

Fábrica de perfiles de aluminio.  
Planta de pintura electroestática.

/ Administración y Planta Industrial  
Biedma 8000 / (2000) Rosario, Santa Fe, Argentina  
Tel: 0341 409 5070 / Fax: 0341 409 5080  
Fax Clientes: 0800 888 FEXA (3392)  
Asist. Técnica: atencionalccliente@fexa.com.ar  
Dpto Comercial: ventas@fexa.com.ar  
Diseño y Desarrollo: diseño@fexa.com.ar

mae INTI Aluminum @

**fexa**

BARRIO PRIVADO



vitta.

G R A L . L A G O S

CIRCUITOS DEPORTIVOS • PARQUE PARA NIÑOS • TOOLBOX • GUARDERÍA NÁUTICA • BOSQUE ZEN



CONOCÉ MUCHO MÁS EN [WWW.VITTAGL.COM.AR](http://WWW.VITTAGL.COM.AR)

 vitta.gl  Vitta GL

 **COMUNA  
G. LAGOS**  
valores que unen

DESARROLLA  
**ROMA**  
MANAGEMENT INMOBILIARIO



# CÓMO SERÁ EL BARRIO CERRADO «MÁS CERCANO Y ACCESIBLE A ROSARIO»

---

SE PROYECTA SOBRE LA AVENIDA ILLIA DE FUNES, EN EL LÍMITE CON EL ARROYO LUDUEÑA. SON 68 HECTÁREAS LINDANTES A LA AUTOPISTA ROSARIO CÓRDOBA, A POCOS MINUTOS DEL CENTRO ROSARINO

---

La Finca es uno de los nuevos barrios cerrados que se proyectan en la ciudad de Funes, en un lote de 68 hectáreas ubicadas al inicio de la vecina ciudad, lindantes a su límite con Rosario: el arroyo Ludueña. A la espera de las habilitaciones finales, Carlos Araujo, su desarrollador, adelantó a On24 que La Finca tendrá características de barrio residencial y Club de Campo, con 444 lotes que se distribuirán en calles pavimentadas sin cordones, dándole protagonismo al verde que caracteriza a la zona.

Situado en la actual zona rural al este del Municipio de Funes, sobre Av. Arturo Illia y calle Urquiza que linda al Arroyo Ludueña, el futuro barrio cerrado será el primero en el acceso este de una sucesión de otros barrios privados que ya se construyen en la zona: los Vida.

En las 68 hectáreas se proyectan 52 para los 444 lotes de viviendas residenciales, y una franja en el acceso por Avenida Illia con destino a espacios comerciales y oficinas. Dentro del barrio habrá seis canchas de tenis y una de fútbol, además de las características aménidades para uso de sus propietarios como un Club House, entre otras.

Araujo destacó que La Finca será el barrio cerrado “más cercano a Rosario”, con muy buenos accesos directos. Entre estos se destaca la conexión con el Aeropuerto Internacional, “con la ventaja de la continuidad de su ubicación con la calle Mendoza de Rosario”, donde se trabaja en la ampliación de sus carriles.

El desarrollador confía en que estas ventajas y la propuesta que caracteriza a La Finca va a permitir una rápida co-

mercialización, sin requerir ninguna acción de venta mayor ya que la zona “es muy demandada”. Si bien no comenzará a comercializarse hasta que el emprendimiento obtenga todos los permisos requeridos por el municipio de Funes y las factibilidades ambientales y de vialidad que ya están encaminadas, Araujo confía en que “cuando esté terminado va a estar prácticamente todo vendido”.

El compromiso que asume la desarrolladora para con la vecina ciudad es una contribución de mejoras, tal como señala la ordenanza que regula a estos desarrollos, valuada en U\$S 1.465.600, a saldar en cinco cuotas estipuladas de acuerdo a los avances de la obra.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

ESTE 2021: ¡EL REGALO QUE MÁS QUERÉS ESTÁ ASEGURADO!



Corrientes 618 | Rosario  
sancorseguros.com







**SANCOR SEGUROS**  
**estamos**

Nº de inscripción en SSN: 824 | 
 Atención al asegurado: 0800-666-8400 | 
 Organismo de control | 
 www.argentina.gob.ar/ssn | 
 SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

FUNES // Por Verónica Peyrano



# EX CAMPEÓN TC 2000 ABRE CONCESIONARIA PREMIUM EN LA ENTRADA DE FUNES

## EL EMPRENDIMIENTO TAMBIÉN COMPRENDE DOS PISOS DE OFICINAS

**F**abián Yannantuoni, ex corredor y campeón de TC2000, es el nombre que está detrás de un nuevo proyecto comercial en la ciudad de Funes: una concesionaria premium sobre calle Galindo, la del acceso por Autopista, a metros de los ingresos a barrios cerrados. Sobre una superficie de 2600 M2 se levantará el emprendimiento de usos mixtos donde funcionará la concesionaria del ex campeón del TC2000, una Planta Baja completamente vidriada, sobre un subsuelo con plaza

para 42 cocheras. Además, dos pisos donde habrá 26 unidades de oficinas, en las que se contempla también la posibilidad de utilizar algunas como unidades habitacionales de alquiler temporario, explicaron desde el legislativo local.

La obra espera ser aprobada en el Concejo Municipal de Funes que debe otorgar la excepción a la normativa vigente para construir en el predio bajo las categorías urbanas de construcción de la zona céntrica, además de concederle la posibilidad de

demoler parte de una edificación existente. A cambio, el municipio le exige al inversor una contribución de mejoras equivalente a unos 146 mil dólares.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

NUEVA  
**HILUX**

NADA DETIENE  
TU PRÓXIMO PASO.

NUEVA  
**SW4**

Vení a conocerlas

Av. Carballo 632. Puerto Norte. Rosario. Santa Fe.  
Tel: (0341)436-7600. [ginza@ginzasa.com.ar](mailto:ginza@ginzasa.com.ar)

Bv. Avellaneda 2075. Rosario. Santa Fe.  
Tel: (0341) 522-0400. [ginza@ginzasa.com.ar](mailto:ginza@ginzasa.com.ar)

Av. Juan D. Perón 1406. Monte Maíz. Córdoba.  
Tel: (03468) 472043. [ventasmm@ginzasa.com.ar](mailto:ventasmm@ginzasa.com.ar)



SEGUINOS  

[WWW.GINZASA.COM.AR](http://WWW.GINZASA.COM.AR)



# EL COLEGIO JOAN MIRÓ SE DESTACA INTERNACIONALMENTE Y EN 2021 INAUGURARÁ SU NIVEL SECUNDARIO



Experiencia  
Confianza  
Servicio  
Permanencia



ASOCIACIÓN MUTUAL DE  
**ESCRIBANOS**

[www.mutualdeescribanos.com.ar](http://www.mutualdeescribanos.com.ar)

---

## MIENTRAS ALISTA LA OBRA DEL NUEVO PREDIO DE 9 MIL M2 DONDE FUNCIONARÁ EL NIVEL MEDIO, PARTICIPA DE CONGRESOS EN LATINOAMÉRICA Y EUROPA

---

**M**ientras alista la obra del nuevo predio de 9 mil M2 donde funcionará el nivel medio, también ubicado en la ciudad de Funes, Joan Miró participa de congresos en Latinoamérica y Europa donde es invitado a dar cuenta de su trayectoria pedagógica de más de 20 años.

El abordaje histórico-relacional de los contenidos es una de las metodologías centrales del colegio, valorando la incorporación constante de la investigación y la experiencia. “No se trabaja con los conocimientos como compartimentos aislados, sino que se parte de objetos de estudio, los cuales, para poder ser comprendidos

y explicados, requieren del aprendizaje de las áreas o materias”, explicó Jorgelina Russo, su Directora Institucional. Esta metodología se viene aplicando de forma paulatina en los Niveles Inicial y Primario con excelentes resultados y se aplicará completamente en el Nivel Secundario.

Cada uno de sus espacios curriculares realiza un trabajo integral con otros. Esta propuesta pedagógica -similar a la finlandesa- forjada de forma independiente, es lo que le valió desde hace años el mérito por el que se destaca Joan Miró, uno de los colegios que sobresale en cuanto a su presencia en congresos internacionales de educación. “El Colegio Joan Miró es-

tá en permanente vínculo con universidades de España, Colombia y México, a través de convocatorias que lo incorporan en publicaciones indexadas científicamente y en congresos internacionales”, cuentan.

Ofrecer un Nivel Medio a los Niveles Inicial y Primario del Joan Miró es un proyecto que la escuela gesta desde hace años y se concreta finalmente a partir del ciclo 2021 sumando a la estructura escolar un nuevo predio con un proyecto edilicio realizado “a la medida del perfil pedagógico, con espacios amplios, llenos de luminosidad, con aulas integradas al espacio exterior”.

Con una terminalidad en Comunica-



ción para el Nivel Medio, Joan Miró da continuidad al ofrecimiento de un plan de estudios que suma, a los obligatorios, otros espacios de aprendizaje con la finalidad de fortalecer el perfil pedagógico, incorporando diferentes espacios de estudio que logran un equilibrio entre las ciencias exactas, naturales y sociales, explican en su propuesta pedagógica.

El Plan del Nivel Secundario se destaca, además, por una carga curricular importante del idioma inglés y la digitalización de todos los espacios curriculares, una innovación educativa que refiere a la inclusión de la informática en todos y cada uno de los espacios, profundizando así la digitalización áulica, proyecto ya instalado en Nivel Primario desde 2018. Para ello ya se está capacitando a todo el equipo Directivo y de Profesores.

En el aspecto deportivo, está previsto que los estudiantes tengan un sistema de entrenamiento individualizado, manteniendo el marco del trabajo de equipo, pero con un seguimiento personal en cuanto a las necesidades y progresos de cada uno de ellos.

Otras herramientas indispensables para el fortalecimiento de habilidades sociales y culturales son la inclusión, en su Plan de Estudios, del diseño, la oratoria y literatura integrados en la currícula a través de proyectos específicos. Además, el flamante Nivel Medio contará también con la opción de doble escolaridad con una amplia y diversa oferta de Talleres extracurriculares.

Desde el Colegio resaltan que “nada logra más que una enseñanza que ayude a comprender de dónde vienen los conceptos, dónde están en la vida real, y qué podemos hacer con ellos, incluso lo que nadie ha pensado. La adquisición de flexibilidad, creatividad, empatía, capacidad emprendedora y de trabajo en equipo, son al-



gunos de los desafíos que impone adaptarse y lograr metas en un mundo como el de hoy. La obligación de las Instituciones escolares es preparar a los estudiantes no sólo para que aprueben las materias sino para que construyan el mejor proyecto de vida posible, personal y socialmente”.

La apuesta a un proyecto de Colegio secundario se sustenta en la continuidad de una tarea pedagógica que comienza desde los primeros años, desde hace décadas. Joan Miró da cuenta de sus logros en cada evento internacional al que es invitado. El último fue hace pocos días en Colombia, donde fueron convocados a contar la experiencia de la institución y sus adecuaciones metodológicas en pandemia:

La implementación inmediata, apenas comenzada la cuarentena, de las plataformas Zoom y Moodle. Con conexiones diarias entre 2 y 4 horas para el Nivel Primario, y manteniendo las clases Especiales. En el Nivel inicial, en razón de las edades de los ni-

ños y las niñas, se mantuvo todo el Ciclo Lectivo una carga horaria menor, pero también diaria y sin interrupciones, con tres posibilidades de horarios de conexión en distintos turnos.

El colegio incorporó en este contexto segmentos especiales de educación emocional y actividades de diálogo para abordar en comunidades la situación que se atraviesa y se ampliaron los horarios de conexión con el objetivo de trabajar por grupos más reducidos, promoviendo el acompañamiento desde la singularidad de cada estudiante.

Las reuniones de equipos directivos, docentes y de padres y madres se sostuvieron bajo la modalidad virtual, y se sumó un acompañamiento personalizado del Equipo Psicopedagógico. Estas y otras tantas acciones dan cuenta del compromiso de la institución con el vínculo pedagógico para y con las familias que la integran.



Somos la cuarta generacion de una familia argentina, orgullosa de esta tierra y dedicada a trabajarla.

NOS UNEN LAS MISMAS RAÍCES,  
NOS UNE IR MÁS ALLÁ.



[www.grupoolio.com](http://www.grupoolio.com)

# **RE** convertidos, inventados y adaptados

**El ímpetu, la perseverancia y la resiliencia de muchos emprendedores y empresarios santafesinos para sobrevivir a la cuarentena más larga del mundo hicieron que numerosos modelos de negocios logaran reconvertirse, reinventarse o readaptarse ante las circunstancias.**

**Desde grandes players hasta microempresas de diferentes rubros de la actividad económica, relatamos algunas de las historias que fueron protagonistas durante estos meses por su pujanza, creatividad y apuesta al futuro.**





# DESARROLLANDO NUEVOS AIRES, MARIANO BARLOQUI SE INCORPORA Y PLANTEA UN NUEVO ESCENARIO

## “LA IDEA ES TENER PRODUCTOS VARIADOS PARA DIFERENTES SEGMENTOS Y EN DIFERENTES MOMENTOS”, AFIRMÓ EL NUEVO GERENTE DE LA COMPAÑÍA A ON24

**T**ras finalizar en España una Maestría en Economía, Mariano Barloqui se incorporó a Grupo Pecam, una de las constructoras con mayor trayectoria en la obra pública, como nuevo gerente de Desarrollos en junio pasado. Su objetivo será potenciar la obra privada de la compañía, con el lanzamiento de varios proyectos inmobiliarios, así como también promover la apertura de nuevos negocios para la firma.

“La idea para el corto plazo es hacernos firmes en toda la provincia de Santa Fe y expandirnos a capital, donde estaremos lanzando pronto un complejo de condominios en Tortuguitas”, indicó Barloqui a ON24 y recalcó los proyectos que la compañía tiene en marcha, pese al contexto de pandemia y restricciones gubernamentales, como MIO Desarrollo Urbano en el límite con Granadero Baigorria; la torre Punta del Río en Puerto Norte, y el Mercado de Funes, que ya fue presentado en el Concejo de la ciudad y espera la luz verde.

“Si bien la empresa siempre hizo obra privada, hace un par de años decidí volcarse más a los desarrollos de gran tamaño. Queremos tener productos variados para diferentes segmentos y en diferentes momentos para apuntar a la necesidad de los consumidores”, afirmó y destacó, además, la estrategia de Pecam de expandirse con presencia en toda la industria.

En ese sentido, recordó que en 2018, la empresa invirtió en Brimax, la fábrica de ladrillos, y este año inauguró la inmobiliaria Simple Propiedades. “Hoy tenemos un equipo inter-

disciplinario muy grande, por lo que todo ese conocimiento queremos volcarlo a ofrecer un servicio integral”, remarcó.

### SER MÁS CREATIVOS

#### ¿Cómo sobrellevó el Grupo la situación de pandemia?

Nos impactó como a todos, pero la pudimos surfear de una buena manera. Si bien el ritmo de las obras se vio un poco complicado por las restricciones provinciales, eso no impidió que podamos cumplir con nuestros compromisos. Este año, entregamos tres edificios en el plazo previsto y seguimos avanzando con nuestros desarrollos.

#### ¿Creés que se generan nuevas oportunidades ahora?

Es complicado hablar de la pandemia porque se extendió más de lo esperado y no sabemos cuál va a ser el final. No sé si concretamente en los negocios, pero sí siento que nos dio la oportunidad de ser más creativos con los productos que se ofrecen. La gente empezó a prestarle más atención a su casa y por eso, este año hubo un boom en las reformas. Entonces, saliendo del Centro, hay oportunidades para vivir en espacios más amplios, con lugares para trabajar, para estudiar o para jugar.

### LADRILLO, REFUGIO SEGURO

#### ¿Por qué aconsejarías invertir en real estate en este momento?

El ladrillo siempre fue un refugio de valor. Desde el 80 en adelante, el ladrillo siempre se fue valorizando, por

lo que quien apuesta a él no pierde. Y a su vez, en este contexto de volatilidad es una inversión segura y de confianza. A eso hay que sumarle que el valor actual de la construcción, tan bajo como está, permite que haya buenas oportunidades de inversión. Nosotros, con la financiación propia que ofrecemos, creemos que a toda persona que tenga un pequeño ahorro le podemos brindar un producto para que invierta.

#### ¿Compiten de alguna forma con mercados como Uruguay o Paraguay hoy?

Quien más atención tiene que prestarle a eso es el Gobierno Nacional, es decir, ver cómo inversiones que deberían quedarse en Argentina se están yendo a otros países. Y, además, entre ellos son muy distintos entre sí: el mercado uruguayo tiene un valor mucho más elevado para acceder y costos fijos más elevados que el paraguayo. Sí es cierto que en Paraguay hay buenas alternativas, pero también sostengo que en el contexto actual de Argentina, se pueden encontrar buenas oportunidades.

#### ¿Esperan por el blanqueo?

Es una de las medidas más próximas a salir, está un poco dilatada, pero esperamos que salga antes de fin de año. Creemos que tiene que impulsar la actividad porque es exclusivamente para inversión en construcción, por lo que eso reafirma la opinión de que la construcción se tiene que convertir en el motor que reactive el país.

**COSTA & ASOCIADOS //** Por Redacción ON24

---



# **CONSULTORA BOUTIQUE EN NEGOCIOS FUNDA CLUSTER LATAM Y PROYECTA EXPANDIRSE EN LA REGIÓN**

---

“HACE UNOS DÍAS, HICIMOS NUESTRA PRIMERA PRESENTACIÓN PARA EL MERCADO DE COLOMBIA Y PARTICIPARON MÁS DE 50 EMPRESAS. EN LOS PRÓXIMOS MESES, SEGUIREMOS CON ESPAÑA, PARAGUAY, CHILE Y URUGUAY”, ADELANTARON

---

# PUNTA DEL RÍO

MARCÁ TU HORIZONTE



## ARQUITECTURA EXCLUSIVA

En el corazón de Puerto Norte, Punta del Río se ubica en un área de belleza paisajística por su cercanía al Río Paraná; de fácil accesibilidad y de proximidad a importante centro comercial.

Con 14 niveles en altura y 2 subsuelos, se desarrollan 65 departamentos de categoría en 1, 2 y 3 dormitorios, con vistas panorámicas urbanas y naturales.



AV. CASEROS 242  
PUERTO NORTE - ROSARIO

+54 341 2982200

LIETUVA

GRUPO  
PECAM

PROPIEDADES  
Simple.



Luego de 25 años de docencia universitaria y puestos ejecutivos en importantes empresas, Pablo Costa fundó en el año 2017 su propia consultora: Costa & Asociados. “Después de mucho tiempo en relación de dependencia, se me presentó la oportunidad de iniciar mi propio proyecto”, indicó y agregó que el emprendimiento lo arrancó junto a un grupo de colegas de la Universidad Austral y compañeros del IAE.

“Al principio, no tenía un foco definido, sino que realizábamos trabajos de consultoría integral”, como logística, desarrollo organizacional, operaciones y capacitación de equipos de venta. “Como todo comienzo, fue muy desafiante, tenía muchos contactos tanto a nivel local como en el resto de país, Latinoamérica y España, fundamentalmente, donde siempre trabajé, en puestos regionales”, contó.

Los diferentes trabajos le habían permitido conocer varias industrias, cámaras, universidades, profesionales y funcionarios, por lo que “todo empezó con una gran base de datos en Excel, poniendo contactos, celulares, mails, llamando y viajando”, recordó y consideró: “Si bien había redes sociales, todo era más ‘personalizado’”. Ya con algunos clientes estables, a quienes los asesoraba y formaba parte, prácticamente, de sus empresas, notó que quería enfocarse en el mundo de los negocios, las relaciones internacionales y el desarrollo comercial”. Fue así que se unió con importantes partners y comenzó a participar en ferias y eventos, focalizándose en el segmento pyme.

Con la unidad de negocios CWEG (Coworking Entre Generaciones) en funcionamiento, contaba con un espacio de excelente intercambio y si-

nergia, además de tres grupos en Rosario, uno en Pilar y otro en Colombia. De esta manera, “decidimos darnos a conocer como Consultora Boutique en Negocios, porque así lo sentimos. No trabajamos en forma masiva, sino que hacemos todo el desarrollo a medida de cada cliente, en forma artesanal y personalizada”, puntualizó Costa. Así, lanzaron dos unidades en Argentina, América Latina y España, con el fin de representar comercialmente y desarrollar negocios colaborativos para pymes.

### “Un acelerador”

Si bien con la llegada del covid “pensé que se desplomaría todo, porque ya no podíamos viajar al exterior ni a otras provincias”, a los pocos meses, la firma se vio potenciada por el escenario actual. “Siempre digo que el covid fue un acelerador de esquemas tecnológicos y proyectos de IT”, comentó y agregó que, dadas las circunstancias, “empezamos con los webinars, workshops virtuales, y cada vez nos resultaba más fácil llegar a diferentes lugares desde una computadora”. Incluso, lograron cerrar dos convenios de partnership en Colombia y España, y así la empresa continuó avanzando con 3 sedes: Rosario, Cartagena y Vigo.

### Cluster LATAM

“Un día, en una de las reuniones, dijimos: ‘¿Y si formamos un cluster?’. Veíamos que era un gran momento de trabajar en forma colaborativa con el objetivo de expandirnos internacionalmente, así que empezamos a darle forma”, relató Costa, al referirse a los comienzos del Cluster LATAM

“Realmente, es un caso de éxito no solo de nuestra consultora, sino de todos los miembros que lo confor-

man, tomado como ejemplo algunas universidades y centros de emprendedores. Nació 100% en Rosario durante el covid y por eso decimos que es ‘épico’”, sostuvo el presidente y miembro fundador del Cluster.

Actualmente, lo integran 7 pymes: Costa & Asociados, Easysoftware, Ecraft, Infocus, Grupo Portada, NDV Sistemas y PuntoAI, aunque, según aseveró Costa, ya están ingresando nuevos miembros. “Hace unos días, hicimos nuestra primera presentación para el mercado de Colombia y participaron más de 50 empresas. En los próximos meses, seguiremos con España, Paraguay, Chile y Uruguay”, adelantó.

“En Costa & Asociados, tenemos la firme convicción de que hay muchas cosas que vinieron para quedarse y que hay que reinventar la manera de hacer negocios. Estamos convencidos que es muy difícil para una pyme mantener altos costos de estructura comercial, por eso nuestro modelo es variabilizar esa inversión y la modalidad es cobrar un fee mensual bajo y un porcentaje sobre resultados obtenidos”, finalizó Costa.

# 100 años en Rosario

Desde 1920, transformando desafíos  
en oportunidades.

Auditoría  
Asesoramiento impositivo,  
legal y outsourcing  
Consultoría

**#100PwCRosario**



**Sebastián Azagra**

Socio de PwC Argentina | [sebastian.azagra@pwc.com](mailto:sebastian.azagra@pwc.com)

Tel: (54-341) 446-8000 | Fax: (54-341) 446-8016

Madres de Plaza 25 de Mayo 3020, Piso 3° | (S2013SWJ) Rosario



**PRODUCEN ROPA DE  
ALTA COSTURA,  
FABRICAN AMBOS Y  
BARBIJOS, Y LANZARON  
UNA NUEVA MARCA**

## JULIETA FONTELA LLEVA 19 AÑOS TRABAJANDO EN JULA MORÓ, PERO A CAUSA DE LA PANDEMIA DECIDIÓ DEDICARSE A FABRICAR INDUMENTARIA SANITARIA Y CREÓ UN NUEVO PRODUCTO PENSANDO EN EL VERANO

La pandemia y las restricciones impuestas por el gobierno representaron un enorme desafío para todos los sectores productivos del país. Sin grandes eventos ni galas, la industria de la indumentaria ocasional sufrió un fuerte revés que obligó a varias marcas a transformarse. Julia Moró, la firma rosarina fundada por Julieta Fontela y Manuel Morales, lleva 19 años trabajando en la ciudad y, a lo largo de los últimos cinco, fue especializándose en el segmento de alta costura. A lo largo de la pandemia, sus titulares

debieron repensar su catálogo y hasta sacar líneas de producción de textiles para personal de salud.

Julia Moró nació en el año 2001 de la mano de una pareja de emprendedores. En medio de la crisis existente en aquel momento, decidieron comenzar a diseñar y confeccionar sus propias prendas. Hoy en un contexto crítico, aunque diferente al de ese entonces, siguen apostando a su marca. “En 2001 éramos muy jóvenes y no teníamos nada que perder. Todo era mucho menos grave en nuestra cabeza. Cuando tenés

empleados mirándote y esperando un gesto de optimismo, uno se siente más atemorizado. Creo que actualmente hay demasiadas cosas que no dependen de qué tan buena estrategia es uno”, comentó Fontela.

La pandemia los tomó en un momento en que la mayor parte de la producción de la marca era ropa de ocasión. Con reuniones, fiestas, desfiles y galas suspendidos, los titulares de la empresa debieron reajustar el rumbo. “Pudimos mantenernos con el porcentaje de producción que no era específicamen-

ESPACIO PUBLICITARIO

**DESCUBRÍ NUESTRA GAMA COMPLETA Y ELEGÍ EL FORD QUE MEJOR SE ADAPTA A VOS.**

KA 5P      KA 4P      MONDEO      MONDEO HÍBRIDO

ECOSPORT      NUEVA KUGA HÍBRIDA      NUEVA TERRITORY

RANGER      RANGER RAPTOR      NUEVA F-150 LARIAT      F-150 RAPTOR      TRANSIT

AVELLANEDA Y CARBALLO, ROSARIO. TEL: 0341 410-1000.  
PTE. PERÓN 795, SAN NICOLÁS. TEL: 0336 4440972.  
[WWW.GIORGIFORD.COM](http://WWW.GIORGIFORD.COM)

/GIORGI.AUTOMOTORES

**GIORGI** Liegá más lejos

CONCESIONARIO FORD EN ROSARIO Y SAN NICOLAS

te para eventos. Al vender al por mayor, teníamos muchos metros de tela cortada y cocida, entonces el volanta- zo no podía ser muy violento. Recién para julio pudimos adaptarnos a una producción que tenga más porcentaje de ropa sport”, explicó.

La firma no solo modificó el catálogo, sino que implementó una línea de producción de indumentaria y accesorios para instituciones sanitarias bajo la marca Matriz. “A una semana de decretarse el primer aislamiento comenzamos a recibir pedidos de batas, barbijos y ropa de seguridad”, comentó Fontela. En muy poco tiempo lograron obtener una habilitación para comenzar a trabajar y reabrir la fábrica. “Tuvimos que aprender de cero sobre seguridad y protección sanitaria”, describió la empresaria.

En un trabajo anterior elaborado por este medio, hablamos de la industria de la moda y su necesidad de repensarse ante la pandemia. Mientras que algunos hablaban de temporadas más largas y prendas que duren más tiempo, otros mencionaron la necesidad de prestar atención al impacto ambiental del rubro. Para su cofundadora, Julia Moró no tiene muchas transformaciones más que afrontar: “Cuando comenzamos en 2001 no se hablaba de los males que podían generar las empresas en el medio ambiente, ni de no discriminar a mujeres que no tuvieran cier-

to tipo de cuerpo. Sin embargo, siempre estuvimos subidos a una tendencia de conciencia ambiental, baja generación de desechos y con un concepto de diseño que va hasta el talle 52”. De todos modos, Fontela concluyó: “Siempre se puede profundizar en más inclusión de cuerpos y edades, atención al medio ambiente y tratar de no hablar tan superficialmente de la moda. Esta pandemia nos hizo pensar y reflexionar a todos”.

### El nacimiento de Beemor

Flavio Bianchini ideó una mochila especialmente diseñada para transportar reposeras y otros elementos de esparcimiento al aire libre. Tras aliarse con Julieta Fontela y Manuel Morello, titulares de la marca de indumentaria Julia Moró, nació Beemor. En menos de cinco meses, consiguieron desarrollar su primer producto y ponerlo en el mercado, mientras ya piensan en ampliar su catálogo.

“Cuando llegó la primera etapa del aislamiento, pensamos que debíamos aprovechar todo el tiempo posible para otras cosas. Incluso por una cuestión espiritual necesitábamos encarar nuevos proyectos”, comentó Julieta Fontela. La idea inicial llegó por inspiración de Bianchini, mientras que el matrimonio de socios que fundó Julia Moró hace 19 años aportó toda su experticia en ám-

bito de los negocios y de la industria textil. “Cada producto tiene su propia cadena. Nosotros estampamos en nuestros talleres y tercerizamos otros procesos”, explicó la empresaria.

La primera etapa del lanzamiento implica la colocación de las mochilas portareposeras en distintos comercios minoristas y cadenas mayoristas. “Nos concentramos en Rosario y en la costa atlántica. Contamos con muchos colegas con los que tenemos relación empresarial, así que estaremos en estos lugares por la cercanía con el verano. También hicimos contactos con gente de Uruguay. Sin embargo, dependemos en parte de lo que ocurra con la temporada de verano y las restricciones”, indicó Fontela. Más allá de que sus redes comerciales ya están tendidas, también encararán la apertura de un Marketplace con su propio carrito de compras, una tienda en Instagram y otra en Facebook. Incluso se ofrece a empresas como producto personalizable para regalos empresariales.

Con la incertidumbre reinante por las restricciones a la circulación de personas y ante la falta de certezas sobre la temporada veraniega, la apuesta de Beemor será cautivar al público que acuda a espacios abiertos de cercanía. “Queríamos un producto que la gente pueda llevar en su bicicleta o motocicleta manteniendo las manos libres. El contexto actual reforzó la tendencia de viajes cercanos y hospedajes alternativos como campers o carpas”, destacó la titular de Julia Moró.

En cuanto a las expectativas por el contexto actual, Fontela destacó que “son muy altas”. Las primeras publicaciones del producto en redes sociales dieron los resultados deseados, por lo que esperan buenas ventas de cara a los próximos meses. No obstante, aclaró: “Tratamos de ir día a día con nuestros objetivos. De otro modo, estaríamos muy vulnerables a que las instrucciones que lleguen de afuera nos causen un profundo bajón en un producto recién nacido”.



# REGALEMOS ALEGRÍAS



SÁBADO 12 AL SÁBADO 19

**30% + 6**

DE AHORRO CON T. DE CRÉDITO CUOTAS SIN INTERÉS



LUNES 14 AL MIÉRCOLES 16

**30% + 3**

DE AHORRO CON T. DE CRÉDITO CUOTAS SIN INTERÉS



TODOS LOS JUEVES

Hasta **20%**<sup>(\*)</sup>

DE AHORRO CON T. DE CRÉDITO Y DÉBITO  
(\*) Cartera general 15% de ahorro



MIÉRCOLES 16 Y JUEVES 17

Hasta **25%**<sup>(\*\*)</sup> + 6

DE AHORRO CON T. DE CRÉDITO CUOTAS SIN INTERÉS  
(\*\*) Cartera general 20% de ahorro + 6 cuotas



JUEVES 17 Y VIERNES 18

**25% + 3**

DE AHORRO CON TARJETA CABAL CREDICOOP CUOTAS SIN INTERÉS



JUEVES 17 AL SÁBADO 19

**30% + 1 o 3**

DE AHORRO CON T. DE CRÉDITO CUOTAS SIN INTERÉS



VIERNES 18 Y SÁBADO 19

Hasta **30%**<sup>(\*\*)</sup> + 3

DE AHORRO CON T. DE CRÉDITO CUOTAS SIN INTERÉS  
(\*\*) Cartera general 20% de ahorro + 3 cuotas



Córdoba y Pte. Roca / [www.shoppingdelsiglo.com](http://www.shoppingdelsiglo.com)  
Atención al cliente 0341 . 449 1001



/ sh.delsiglo

Ver bases y condiciones de cada promoción en la entidad bancaria o emisora de cada tarjeta de crédito y/o débito, en el Stand de Atención al Cliente o en [www.shoppingdelsiglo.com](http://www.shoppingdelsiglo.com). Las promociones no se superponen, no son acumulativas. Ahora 3, Ahora 6, Ahora 12 y Ahora 18, se considera una promoción por lo tanto, de optar por la financiación en algunos de estos planes, no se aplicarán los descuentos indicados.



# UN VENEZOLANO EN ROSARIO: ES INGENIERO, ABRIÓ UNA BARBERÍA Y LOGRÓ GENERAR EMPLEO PARA ARGENTINOS

---

ALEXANDER ASTUDILLO ORTÍZ LLEGÓ A LA CIUDAD EN 2018. UN REPASO POR SU EXPERIENCIA COMO EMPRENDEDOR Y LA REALIDAD DE LA COMUNIDAD VENEZOLANA EN ROSARIO

---

**A**lexander Astudillo Ortiz es venezolano, tiene 30 años y es ingeniero en Recursos Naturales y Medio Ambiente. Llegó a Rosario en 2018, buscando una salida de la profunda crisis política, económica y social que atraviesa su país natal. Actualmente, tiene su propia barbería en la ciudad, bajo el nombre de Monagas Barber Shop (Avelaneda 1034) y es secretario general de la Asociación Civil de Venezolanos en Rosario. En este reportaje cuenta su historia, similar a la de otros 4500 compatriotas suyos que llegaron a la ciudad en busca de un mejor futuro para sí mismos y sus familias.

Según narró, su primer contacto con Rosario fue en el año 2009 a través de una pasantía organizada por Rotary Club. Luego de volver a Venezuela y terminar la carrera de ingeniero, se dispuso primero a trabajar en un negocio familiar y, luego, a fundar su propia empresa de consultoría ambiental. Sin embargo, su actividad política y participación en algunas marchas de repudio contra el régimen de Nicolás Maduro, le valieron lesiones físicas y comenzar a temer por su propia vida. “Llegó un punto en que mi familia no sabía si cada vez que me iba de casa sería la última. Vi también que se me estaba yendo el presente y el futuro de to-

do lo que yo había construido como emprendedor. Fue una decisión personal y familiar. No me arrepiento, pero sí queda el mal sabor de pensar que lo que tú quieres construir no lo haces en el lugar donde quieres estar”, explicó.

En 2018 se instaló en Rosario, donde trabajó primero en una vidriería y, luego, como carpintero, repositor, cocinero en una franquicia y como playero en una estación de servicio. “Todo eso me dio la posibilidad de ir ahorrando dinero y forjar relaciones”, contó. Fundó un minimarket y tienda online de alimentos y productos venezolanos llamada Monagas Market, pero con motivo de la crisis económica, se vio obligado a buscar otro rubro y reconvirtió la marca a una barbería. La cuarentena que comenzó el pasado 20 de marzo lo tomó en plena etapa de apertura, por lo que debió afrontar los primeros dos meses y medio de su nuevo negocio con las persianas bajas: “Pensamos en cerrar casi sin haber podido trabajar. Sin embargo, eso me dio más energía para ser más creativo y esperar pacientemente el tiempo de abrir”. Actualmente, Monagas Barber Shop logró abrir al público y se presenta como un negocio totalmente temático venezolano. O solo cuenta con música y una estética característica, sino que, según Astudillo Ortiz, “dis-

tingue por nuestro sello de la atención en el local”. Más allá de que inicialmente los trabajadores provenían todos de Venezuela, recientemente han contratado un barbero argentino y esperan seguir creciendo.

## No tan distintos

Astudillo se muestra sumamente agradecido con Argentina y la forma en la que los venezolanos son recibidos y tratados. Sin embargo, reconoció que le preocupan algunas señales que le recuerdan la crisis de su país: “Nosotros como venezolanos tenemos una frase que nos caracteriza: ‘como vaya viniendo, vamos viendo’. Sin embargo, puertas adentro, mencionamos que en algunas cosas esto se va pareciendo a Venezuela. Es un momento complicado para nosotros emocionalmente, pero también nos llena de ganas de trabajar por este país y dar lo mejor. Sabemos por lo que hemos pasado en nuestro país y ahora nos toca forjar un futuro en otro que nos abrió sus puertas”. Comentó: “Yo tengo 30 años y solamente conocí el sistema venezolano. Hoy veo en este país que nos abrió las puertas con oportunidades y los brazos abiertos de una población que acogió a muchos inmigrantes de todos los países, ese miedo y esa inseguridad que nosotros sentimos en Venezuela. Sin embargo, estamos con-

ESPACIO PUBLICITARIO

**EL FUTURO ES AHORA  
Y TENEMOS  
GRANDES PROYECTOS  
PARA VOS**

[www.pilay.com.ar](http://www.pilay.com.ar)  
0800 77 74529

vencidos de que trabajando juntos es la única forma de salir adelante”.

### Sentido de comunidad

Más allá del sentimiento de destierro que describe Astudillo, los venezolanos se definen como “la nueva colectividad de Rosario”. Las distintas movilizaciones y actividades disparadas por el conflicto político que atraviesa Venezuela inspiraron la decisión de agruparse bajo una asociación civil. “Comenzamos teniendo un rol social y fuimos incorporando más facetas como asistencia psicológica y cultural, acompañamiento en procesos de documentación, capacitación para emprendedores y hemos participado del tercer programa de aceleración de la Bolsa de Comercio de Rosario, en el que hemos ganado el segundo puesto. Pudimos proyectar cómo insertar la cultura venezolana en Argentina”, relató. El año pasado estuvieron a punto de participar de la fiesta de colectividades, pero no lograron cumplir todos los requisitos y finalmente tuvieron que posponerlo.

“Nosotros nos presentamos como la

nueva colectividad en la ciudad de Rosario. No tenemos cultura de inmigrantes, no sabemos cómo ni qué pasos dar, pero siempre tenemos la mejor energía. Una sonrisa que nos abre las puertas, la mejor energía para nosotros y lo que haya que aprender y lo que haya que esperar, lo iremos haciendo”, subrayó.

### Emprender en Argentina

“El proceso de emprender en Argentina no es difícil, pero tampoco es sencillo”, afirmó Astudillo. Según comentó, la principal preocupación para los venezolanos está en obtener la documentación necesaria para empezar a trabajar dentro de estas fronteras. “La inserción legal es relativamente sencilla. Aquellos que llegan con su documentación al día, pueden obtener la documentación precaria a través de Migraciones en forma electrónica”, explicó.

Sin embargo, aclaró que, para muchos de sus compatriotas, el proceso puede ser más complicado por la “vulneración de la identidad” ocasionada por el régimen de Maduro. Según explicó, “en Venezuela el sa-

lario mínimo es de 4 dólares, mientras que un pasaporte sale 200 dólares. No hay forma de sacarlo”.

En cuanto a la situación económica local, reconoció que el escenario no es el mejor, pero relativizó el contexto: “La economía complica un poco y hay que arrojarse hasta donde dé la sábana, pero seguimos viendo a emprendedores venezolanos que apuestan y tienen ideas cada vez más innovadoras. El habernos formado en la crisis venezolana nos ha convertido en personas muy hábiles a la hora de tomar decisiones”.

### El deseo de volver

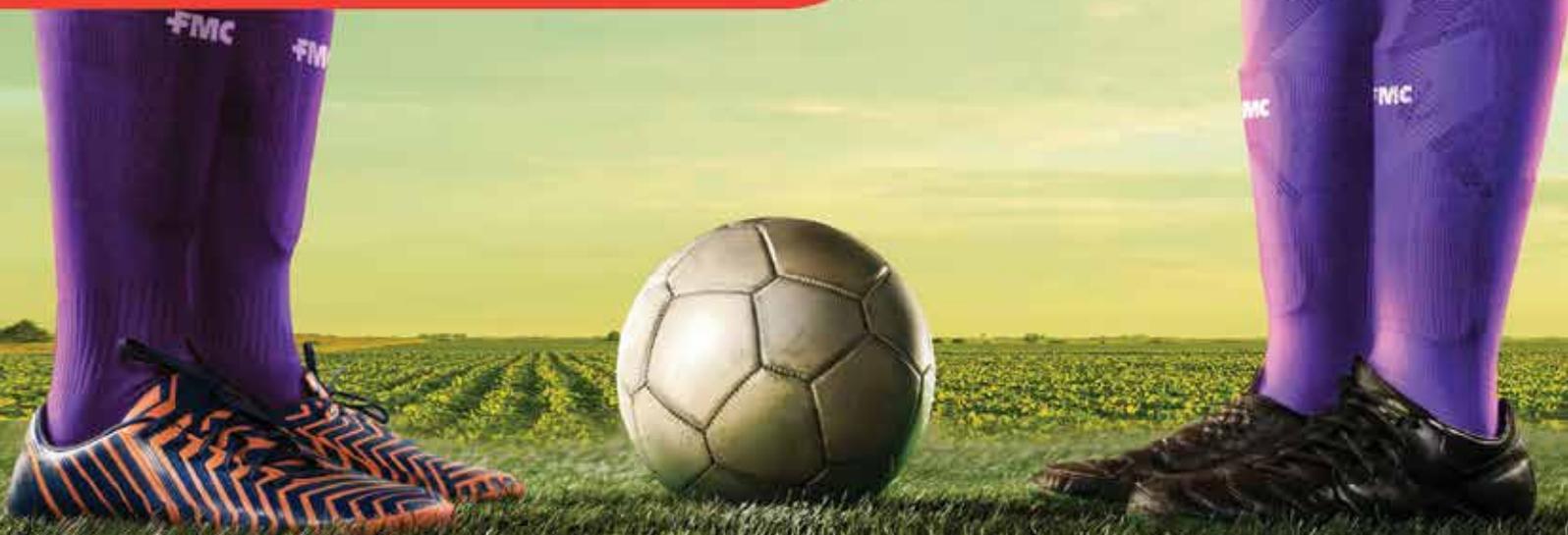
Aunque actualmente Astudillo se encuentra cumpliendo un importante rol institucional en Rosario y administra su propio emprendimiento, no deja de emocionarse con la idea de regresar a su país natal. “Quisiera volver y abrir la puerta de mi casa, abrazar a mi familia. Regresar a la reconstrucción de mi país. Sé que no va a ser fácil, pero la única forma es que lo hagamos todos juntos”, dijo. Según comentó, nunca se había imaginado emigrando: “Una profesora en 2009 nos hizo hacer dibujos sobre cómo nos visualizábamos en cinco o diez años. El único que se me cumplió fue el del avión, pero no esperaba que fuera por una migración. Terminé pensando que uno debe vivir la vida según lo que vaya ocurriendo y sin hacer demasiadas proyecciones”, narró.

Por último, concluyó: “Mi sueño es ver a un país salir de la oscuridad y que Argentina no llegue a pasar por lo que pasó mi país. Que muchos jóvenes no tengan que migrar porque no es fácil por más que tengamos comodidades. Siempre se lleva ese destierro en el corazón, en la mente y el espíritu”.



# FMC

An Agricultural  
Sciences Company



# Una defensa bien plantada.

Línea de insecticidas FMC, para un cultivo libre de plagas.  
Porque cuando hay que ganar en todos los campos,  
no hay mejor defensa que un buen ataque.

**Coragen**   
INSECTICIDA

**Archer PLUS**   
INSECTICIDA

**Hero**   
INSECTICIDA

**Dinno**   
INSECTICIDA

**Mustang 20 EW**   
INSECTICIDA

**Magic**   
INSECTICIDA

La firma FMC Química S.A. garantiza la calidad de este producto. Dado, sin embargo, que su aplicación y el manejo escapan del control de la Empresa, la firma no se responsabiliza por los daños y perjuicios que pudieran derivarse del uso del producto, distinto del indicado en su marbete. Ante cualquier duda, consulte con un técnico o Ingeniero Agrónomo.

**PELIGRO: SU USO INCORRECTO PUEDE PROVOCAR DAÑOS A LA SALUD Y AL AMBIENTE. LEA ATENTAMENTE LA ETIQUETA.**

Coragen, Archer Plus, Hero, Dinno, Mustang y Magic son marcas registradas de FMC Corporation.

[fmcargentina.com.ar](http://fmcargentina.com.ar)



APP FMC



# MIS

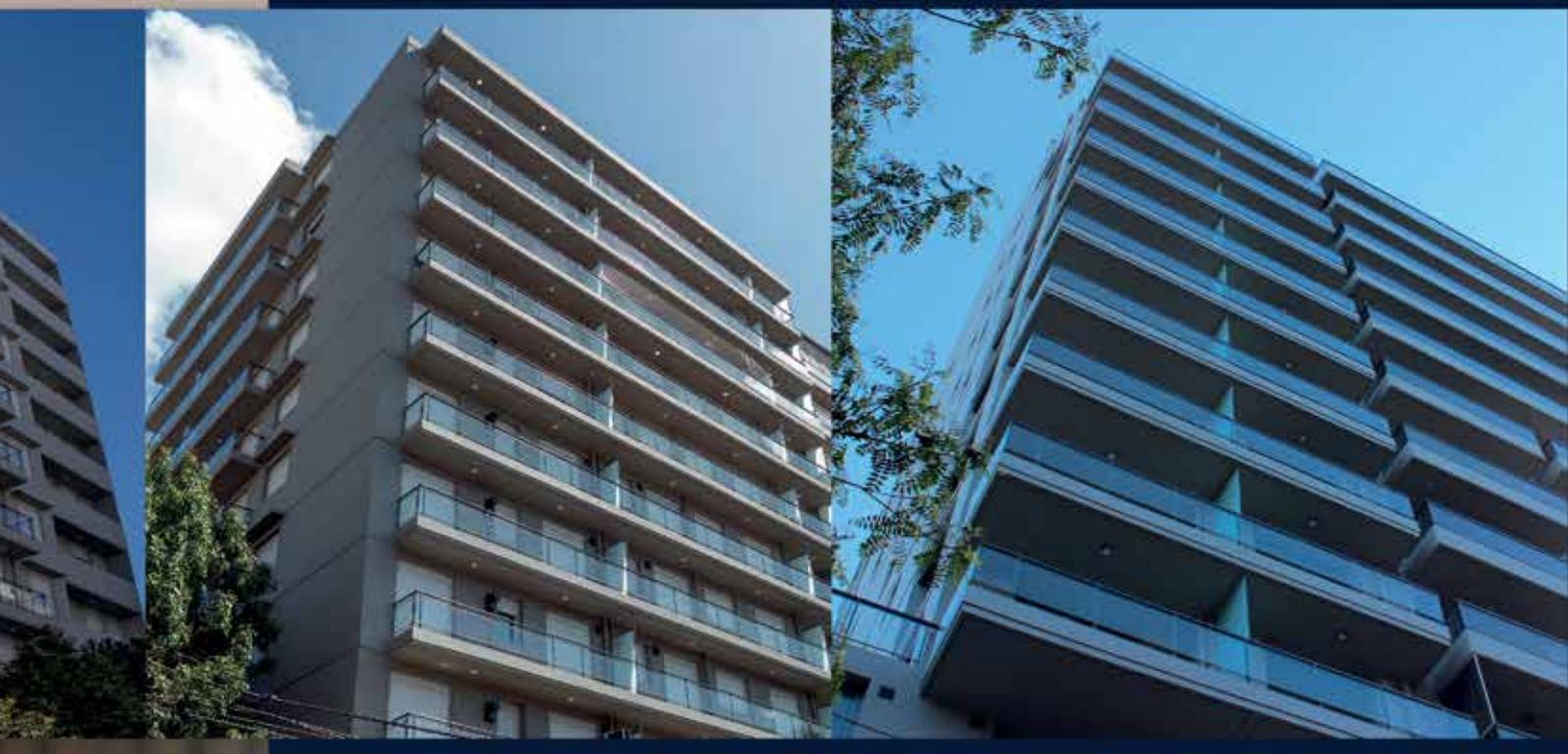


# Renta

Tu ahorro a término

0800-345-0828

# MSR | Líderes en PLAN RENTA



**Real.com.ar**

**compramos con garantía inmobiliaria**



Rioja 1521. Primer piso. Edificio Baker. Rosario / [www.msconstructora.com.ar](http://www.msconstructora.com.ar)

BAR GORDON // Por Redacción ON24



# DUEÑOS DE HISTÓRICO BAR, ABREN VINERÍA EN PLENO PASEO DEL SIGLO

---

EL PASADO 9 DE NOVIEMBRE, ABRIÓ SUS PUERTAS LANGOSCO, UN EMPRENDIMIENTO DE LOS TITULARES DE BAR GORDON

---

Tres hermanos lanzaron el 9 de noviembre su propia vinería y tienda de delicatessen en pleno Paseo del Siglo. Ubicada en Córdoba 1725, los dueños del histórico Bar Gordon, firma con 38 años en la ciudad, decidieron fundar Langosco un proyecto que surgió como respuesta al azote de la cuarentena sobre el rubro gastronómico.

El local que hasta hace poco ocupaba Melocotón ya era propiedad de la familia, por lo que, al finalizar el contrato, decidieron aprovecharlo para instalar su nueva marca. El nombre Langosco proviene de la localidad italiana en la que los titulares de Gordon tienen raíces. Según describieron, cuentan con fiambres de todo tipo, vinos, delicatessen y pro-

ductos dulces pensando en la proximidad de las fiestas de navidad y fin de año.

“La idea surgió a raíz de que vimos nuestra actividad muy interrumpida por la pandemia”, explicaron los hermanos. Durante el tiempo que duró la prolongada cuarentena, decidieron volcarse a esta nueva idea. “El mayor desafío en esta coyuntura fue el de realizar la obra, ya que había que cumplir con protocolos que no permitían trabajar a más de cinco personas simultáneamente”, comentaron. Por otro lado, también señalaron que sufrieron una dilatación en el plazo de apertura debido a los “faltantes de todo tipo” a la hora de conseguir materiales y mercaderías. Paladini y su marca premium,

L’abratto, son los proveedores principales en lo que a charcutería se refiere. Mientras tanto, su catálogo de vinos y bebidas se va publicando poco a poco en una cuenta de Instagram en la que ya se toman pedidos. Aunque ya están trabajando en la red social, aclaran que únicamente tendrán presencia por esa vía y en el local, no trabajarán, de momento con aplicaciones de delivery.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO



# UCEL

UNIVERSIDAD DEL CENTRO  
EDUCATIVO LATINOAMERICANO



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**Carreras**

- Contador público
- Lic. en Adm. de Empresas
- Lic. en Adm. de Emp. de Turismo
- Lic. en Adm. Hotelera
- Lic. en Comercialización
- Lic. en Economía
- Lic. en Relaciones Laborales

**Carrera de Posgrado**

- Maestría en Relaciones Laborales y Recursos humanos

**FACULTAD DE QUÍMICA**

**Carreras**

- Ing. en Tecnología de los Alimentos
- Lic. en Nutrición
- Analista Universitario en Sistema de Información

**Carreras de Posgrado**

- Especialización en Gestión Ambiental
- Especialización en Nutrición Maternoinfantil

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**Carreras**

- Derecho
- Martillero Público y Corredor Inmobiliario
- Profesorado Universitario
- Escribanía

**INSCRIPCIÓN ABIERTA**  
**INGRESANTES 2021**  
**DTOS. MATRÍCULA 50%**

Universidad del Centro Educativo Latinoamericano - UCEL

@uceloficial

@uceloficial

AV. PELLEGRINI 1332

341 314 4463 - 341 604 5170 - 341 685 3819

INFO@UCEL.EDU.AR - WWW.UCEL.EDU.AR



**SOBRE APERTURA DE  
POSTA 36 COMO BAR:  
«NO ES UN NEGOCIO  
PARA GANAR DINERO,  
SINO PARA MANTENER  
LA ESTRUCTURA»**

ADMINISTRACIÓN DE CONSORCIOS | GESTIÓN DE GARANTÍAS | ASESORAMIENTO IMPOSITIVO | ARQUITECTURA | DECORACIÓN DE INTERIORES

 info  
SIMPLEPROPIEDADES.COM.AR

# Con calle, es más simple.

Nos enfocamos en brindar  
**un servicio integral**, siendo  
la mejor alternativa para  
**tus operaciones inmobiliarias.**

 AV. CARBALLO 183 - P 7 Of 4  
PUERTO NORTE - ROSARIO

 +54 341 2982200

 quiero@simplepropiedades.com.ar

PROPIEDADES  
**Simple.**

GRUPO  
PECAM



## EL EMPRESARIO ROSARINO DE MC CATERING AFIRMÓ QUE LA MUNICIPALIDAD TOMÓ UNA DECISIÓN UNILATERAL AL NO HABILITAR AHORA A LOS SALONES DE EVENTOS BAJO EL PROTOCOLO DE BARES

**E**n entrevista con ON24, el empresario rosarino Jorge Cura, MC Catering, se refirió tanto a la marcha atrás de la Municipalidad para permitir que los salones de eventos funcionen como restaurantes, como la situación de la empresa tras siete meses sin actividad y el futuro de los eventos corporativos, a pocas semanas de fin de año.

**¿Qué les informó la Municipalidad luego de retroceder con la habilitación de salones de eventos en formato de bares?**

A nosotros nos dijeron que suspendían la habilitación hasta el día 24 de octubre para tratar de reglamentarla nuevamente. Es una decisión unilateral de la Municipalidad. La única explicación que nos dieron fue que van a reactualizar el protocolo de habilitaciones a salones de eventos. Nosotros no pedimos absolutamente nada ni pretendemos ningún tipo de cambio.

**Ustedes en Posta 36 se adaptaron al protocolo para bares, digamos...**

Nosotros estamos habilitados como bar y restaurante, y lo que se hizo (en Posta 36) no fue un evento, sino una apertura como bar, y no se incumplió ninguna norma. Tenemos la certeza de que todo lo que se hizo se realizó con todos los protocolos y estuvo auditado por la Municipalidad, que no levantó ninguna falta.

**¿Es un esquema que les sirve para reinventar el negocio y mantenerse en pie?**

La realidad es que esta reapertura, desde el punto de vista empresarial, no es un negocio para ganar dinero, sino para mantener estructura. Nosotros este fin de semana le di-

mos trabajo a casi 60 personas, que estaban paradas. Insertarlas nuevamente en el mercado laboral y pagar la estructura ya es un logro y nos sirve. Pero como rentabilidad, con este volumen, obviamente no alcanza ni vamos a reemplazar a los eventos. Es simplemente tratar de mantener la estructura y brindar trabajo a quienes nos vienen acompañando durante años.

**¿Es un modelo que se podría replicar en el Metropolitano, por ejemplo?**

Lo pensamos únicamente para Posta 36, fundamentalmente porque entendemos que la seguridad la da el aire libre. Como está hoy la situación epidemiológica, creemos que la mejor forma de realizar este tipo de trabajo es al aire libre. El Metropolitano tiene muchos metros cuadrados y con un distanciamiento como el que pide la Municipalidad, se podría hacer, pero es un lugar más para eventos que para transformarlo en un bar. Posta 36 tiene una vista y una estructura que se adapta perfectamente. Incluso, antiguamente era un restaurante.

**¿De los eventos propiamente dichos hay que olvidarse por un largo tiempo, sobre todo teniendo en cuenta que se viene fin de año?**

Para los eventos tradicionales, como nosotros teníamos, creo que falta; no podría decirte cuánto tiempo, pero creo que hay que tratar de actualizar algunos. La situación no es fácil y todo el mundo está a la espera porque hay muchos eventos tomados para fin de año, pero la verdad que en este momento no podemos dar ninguna respuesta.

**¿“Actualizar” con protocolos estrictos, te referís?**

Exacto. Estamos hablando de distanciamiento y de tener menos gente en más metros cuadrados.

**¿Están a la espera de una respuesta oficial para esa habilitación?**

Hay muchos protocolos presentados desde la Cámara de Salones y desde el Bureau, pero todavía no hay ninguna respuesta ni planteamiento por parte de la Provincia ni de la Municipalidad.

**¿Cómo se está sosteniendo la empresa después de todo este tiempo sin actividad?**

Fácil no está para ninguna empresa, obviamente, más todavía si estamos tanto tiempo con facturación cero. Estamos recibiendo algo de ayuda de los ATP para pagar sueldos; hemos tenido consideración en cuanto a los valores mensuales de alquiler de los predios y hemos sacado créditos y ahorros de la empresa para poder ir manteniendo el personal y pagando los gastos. Pero cada vez se hace más difícil, porque esto se hace más largo. Nosotros pensábamos que en septiembre íbamos a poder hacer algo, pero estamos en octubre y no hay nada. La incertidumbre hoy no te deja proponer a futuro.

**¿Evaluaron el cierre de alguna unidad en algún momento?**

No. Por suerte, no. No hemos echado a nadie ni hemos cerrado ninguna unidad de negocios.

# Santa Fe de Pie

**Junto al Gobierno de la Provincia  
impulsamos un programa de crédito  
para sectores afectados por la pandemia.**

Líneas exclusivas para:

- Capital de trabajo
- Compra de Bienes de capital
- Prefinanciación de exportaciones

Para más información ingresá en [bancosantafe.com.ar](http://bancosantafe.com.ar)

**Juntos, para que todo vuelva a moverse.**



**PROVINCIA  
DE SANTA FE**



**Banco Santa Fe**

LIBERA // Por Emmanuel Paz



# LANZAN SU PROPIO CARRITO DE COMPRAS WEB PARA EMPRENDEDORES EN FORMATO «FREEMIUM»

---

VENDEN BIKINIS, PERO CREARON UN MARKETPLACE PARA DIFUNDIR SUS PRODUCTOS A BAJO COSTO

---

Una pareja de emprendedores rosarinos lanzó recientemente su propia aplicación web gratuita para compraventa. Ángel Lubenov y Noelia Mastrizzo venían trabajando en una marca de bikinis, pero a raíz de la pandemia decidieron volcar su catálogo a un Marketplace propio, fácil de compartir y libre de comisiones. El desarrollo se encuentra operativo y ya fue estrenado definitivamente; la aplicación y el formulario de suscripción para emprendedores se publicaron el 2 de noviembre.

Según Lubenov, la idea surgió a raíz de buscar una alternativa a las aplicaciones tradicionales. “Creo que hoy en día hay tanta incertidumbre que la gente no se anima a asumir un gasto mensual o una cuota fija sobre sus

ganancias. Esto nos parece un término medio bastante justo”, expresó. El público para el cual fue pensado este sistema es el sector emprendedor y pequeños comercios con unos cien productos. Sin embargo, no descartan la posibilidad de ofrecer una modalidad freemium para empresas que deseen manejar catálogos más extensos.

Lubenov explicó que las bikinis diseñadas por su pareja, Noelia Mastrizzo, necesitaban de una nueva vidriera. “No es fácil vender trajes de baño en medio de la pandemia. Nos afectó mucho económicamente y necesitábamos promocionarnos a bajo costo”, relató. Hasta el momento, solamente venían promocionándose a través de una cuenta de Instagram.

“Hacer un pequeño sitio de compras

y contactar a la gente por WhatsApp nos pareció una forma sencilla de poder llegar a clientes, sin pagar aplicaciones tradicionales o comisiones por ventas que nos consumían una parte muy grande de nuestros ingresos”, dijo. Además, afirmó que “esto puede ayudar a otros emprendedores que necesiten estar en internet de una forma rápida y sencilla”.

Actualmente, el carro de compras ya está operativo y fue aplicado a su marca de bikinis “Liberá”, en la que Noelia Mastrizzo es la diseñadora. No obstante, habrá que esperar hasta el primero de noviembre para acceder a la totalidad del catálogo que, además, coincidirá con el estreno de la nueva temporada de indumentaria.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

— EDIFICIO —

# PARAISO PELLEGRINI

AV. PELLEGRINI 856

UBICACIÓN, AMPLITUD, FUNCIONALIDAD, CATEGORÍA Y ELEGANCIA

- > DEPARTAMENTO DE 1 DORMITORIOS DE 67 A 72 M2
- > DEPARTAMENTOS DE 2 DORMITORIOS 140 M2

- > COCHERAS
- > PILETA, QUINCHO, SOLARIUM

Tel: (0341) 4451164. [www.alseda.com.ar](http://www.alseda.com.ar)

---

**ILUSIONARTE //** Por Verónica Peyrano

---

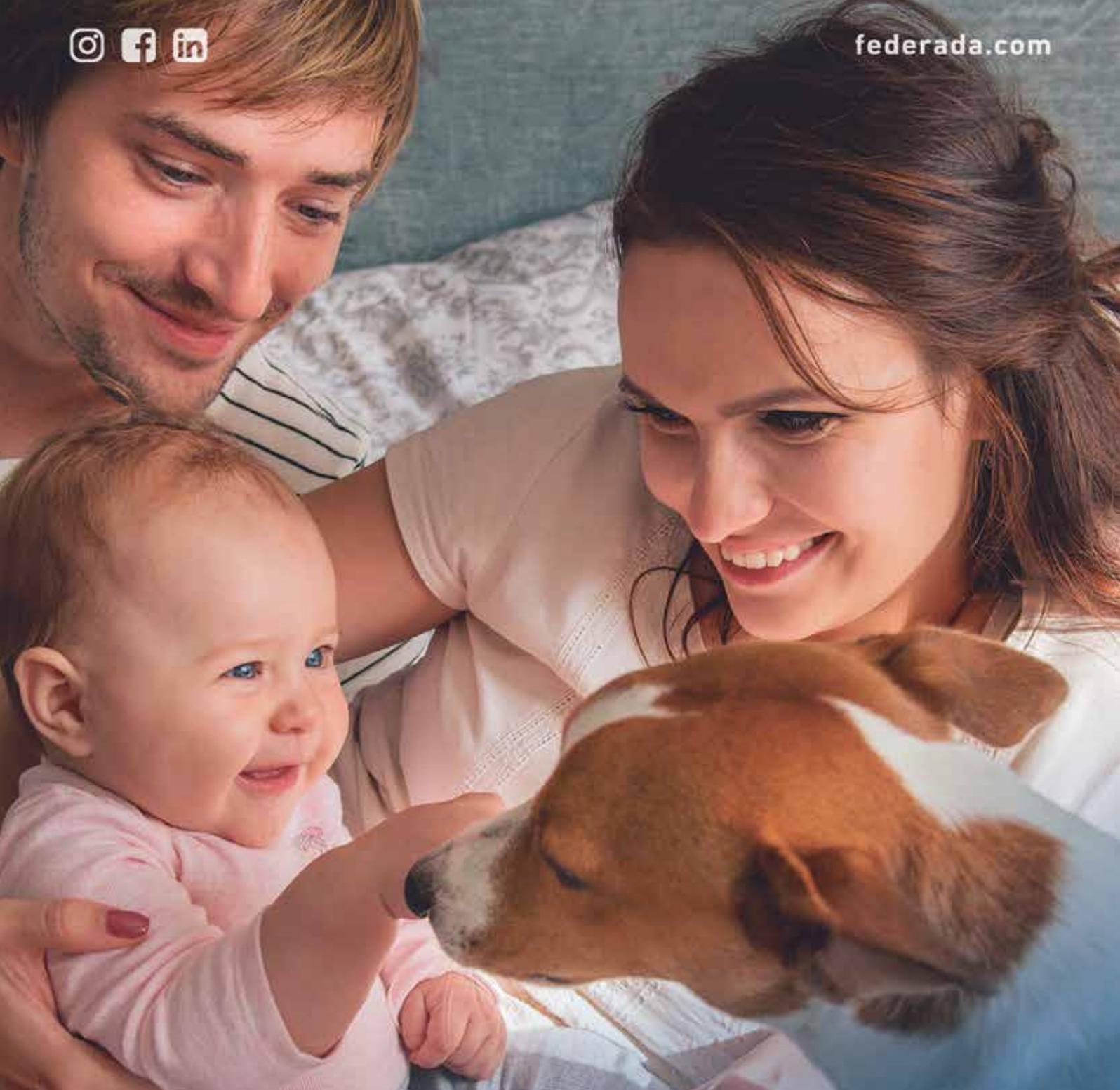


# **POR LA CUARENTENA SE REINVENTARON Y LANZARON UNA TIENDA VIRTUAL DE DECORACIÓN**

---

SON PAREJA, TRABAJAN EN RUBROS QUE SE VIERON AFECTADOS POR LAS RESTRICCIONES Y DECIDIERON OCUPAR SU TIEMPO OCIOSO COMPLEMENTANDO SUS CONOCIMIENTOS. LANZARON UN NUEVO NEGOCIO Y AHORA VAN POR UN SHOWROOM

---



Ahora más que nunca **estamos para cuidarte**

**ESTAMOS EN TU LUGAR**



**FEDERADA SALUD**  
COBERTURA MÉDICA

Leticia es agente de viajes y Guillermo analista en sistemas en una empresa de transporte. La cuarentena les dejó un tiempo ocioso forzado que les permitió abrir un nuevo negocio: “Necesitábamos reinventarnos para ocupar la cabeza”, cuentan con la ilusión de apostar al nuevo emprendimiento mientras se reactivan sus ocupaciones habituales. Hace un año ella se animó a abrir su propia agencia de viajes luego de haber sido empleada durante años en otra. Sin embargo, el 2020 la encontró trabajando a media máquina en un rubro que se vio completamente afectado por las medidas restrictivas que impuso la pandemia y que golpearon con fuerza al sector turismo. Su esposo es analista de sistemas de una empresa vinculada al transporte, otro rubro que sufrió las descarnadas consecuencias.



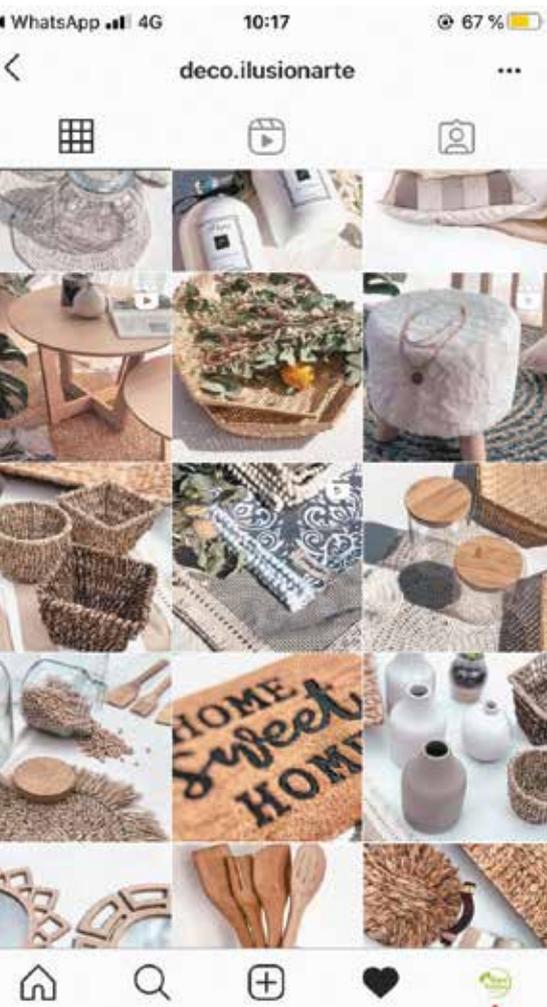
Leticia Fernández y Guillermo Moschini apostaron a usar sus conocimientos en un nuevo emprendimiento que poco tiene que ver con lo que hacían –y siguen haciendo en paralelo–, pero combina perfectamente el buen gusto de ella y su interés por la decoración, y las habilidades informáticas y de gestión de él. Así lanzaron [www.ilusionarte.ar](http://www.ilusionarte.ar) una tienda virtual de decoración y bazar con productos “pensados para todo público”.

“Como familia necesitábamos reinventarnos por una cuestión de ocupar el tiempo más que por los ingresos. En la agencia los viajes se estaban solo reprogramando, lamentablemente era poco el trabajo”, contó Leticia. A la familia le quedaba tiempo ocioso y decidieron aprovecharlo. “Elegimos este rubro porque nos dimos cuenta de que es la gran necesidad que surgió. Hoy todos están más tiempo en su casa, quieren disfrutarla. Se generó una capacidad de ahorro que mucha gente decidió invertir en su entorno. El dinero que antes se destinaba a un viaje hoy se destina al hogar”, explicó el porqué de la elección.

Guillermo programó una tienda virtual en la que se ocupa también de coordinar las entregas, con envío a do-

micilio sin cargo en Rosario, Funes y Roldán. Leti decidió redoblar la apuesta y aprovechar el espacio en donde tiene su agencia de viajes en Funes, estos meses inutilizados, para abrir un Showroom de decoración y bazar que abre sus puertas de miércoles a viernes por la tarde y sábados por la mañana, en calle Elorza al 2000, pleno centro y a metros de Ruta 9.

“Detectamos la necesidad de generar plataformas de envío a domicilio con productos para el hogar, que le den calidez a su casa”, contó Leticia y explicó que venden productos para todos los bolsillos: desde maceteros de 300 pesos hasta muebles de 10 mil. A la web y al local le suman un fuerte trabajo en redes sociales donde muestran hermosos productos de decoración y a los que le sumaron una línea de bazar. Canastos, alfombras, mobiliario, espejos, mantelería, cortinas y una bellísima y cálida línea de productos de bazar que se pueden ver en Instagram [@deco.ilusionarte](https://www.instagram.com/deco.ilusionarte) y en Facebook [@ilusionarte.deco](https://www.facebook.com/ilusionarte.deco) y adquirir virtualmente en [www.ilusionarte.ar](http://www.ilusionarte.ar)



*Paladini.  
Parece que viene de paladar,  
pero es justamente hacia donde va.*



NACIMOS PARA ESTO



# UNA EXCLUSIVA BODEGA SE REINVENTÓ Y LE GANÓ LA PULSEADA A LA PANDEMIA

---

PROPUESTAS SUSTENTABLES, OFERTAS Y GRANDES LANZAMIENTOS. UN 2020 QUE TRAJÓ DESAFÍOS A BORDERÍO Y UNA REINVENCIÓN EXITOSA

---

**A** causa de la pandemia y del aislamiento, muchas empresas y emprendedores tuvieron que dar un giro de 180 grados para poder seguir trabajando. Esto le sucedió a la exclusiva Bodega BordenRío, de la ciudad de Victoria (Entre Ríos), que se reinventó con éxito y hoy está de festejos tras grandes lanzamientos: nueva página web, varietales añada 2019 y una creativa campaña para apadrinar nada menos que 600 árboles. ¡Se Vino con todo!

“Como les pasó a muchos, en marzo se nos presentó el gran desafío de reinventarnos. Antes de la pandemia, nuestro lema era: vení y pasá un Buen Momento en la Bodega y conocé nuestros vinos. Es decir, proponíamos una experiencia única en la región para disfrutar de la bodega, de los vinos y de actividades diferentes a las que se ofrecen tradicionalmente. Por el aislamiento, nos tuvimos que adaptar e innovar nuestras ofertas, y hoy estamos felices de poder compartir los cambios”, expresa Verónica Irazoqui, CEO de BordenRío.

Una de las modificaciones imprescindibles fue la renovación de su página web. “De tenerla en un segundo plano, la web pasó a ser el primer y único canal de ventas, por lo que debimos renovarla completamente. La profesionalizamos, mejoramos la logística y ampliamos el canal de distribución, lo que nos permitió hacer envíos gratis a todo el país. Así como brindamos gratificantes experiencias en la bodega, ahora también las ofrecemos online”, comenta la fundadora del mega emprendimiento vitivinícola.

### Nueva añada y nuevo varietal

Entre las novedades de la bodega, también se destaca el lanzamiento de la añada 2019. “Son vinos jóvenes, livianos que acompañan muy



bien en los almuerzos. Estamos orgullosos de poder regalarles una experiencia enológica distinta, de alta calidad y que contribuye a la creación de una identidad de los vinos de Entre Ríos”, expresa Verónica. Entre los ejemplares sobresale el Injusto Merlot 219, nuevo varietal que ya se puede conseguir en la tienda online de BordenRío.

Para probar y disfrutar la nueva cosecha, la bodega se suma al Cyber Monday y ofrece el 15% OFF en la compra de la caja personalizada con 6 vinos BordenRío. Se puede elegir entre los varietales Malbec, Syrah, Merlot, Chardonnay, Blend Merlot & Syrah y Espumante. Para comprar con descuento, solo hay que ingresar a la tienda online y aplicar el código promocional: VINOCONTODO. La promoción estará vigente hasta el próximo domingo 8 de noviembre.

### ¡600 árboles para apadrinar!

Además de su meta de producir vinos de excelencia, BordenRío también viene trabajando en pos del desarrollo sostenible y sustentable. Bajo el lema “Juntos paramos el calentamiento global”, la bodega plantará 600 árboles en su finca e invita a la gente a que proponga un nombre para

cada uno de ellos: “Elige un árbol en BordenRío, ponle un nombre y nosotros lo cuidamos por ti”.

“Los árboles son clave para la regulación del clima a nivel mundial, ya que favorecen la fertilidad agrícola y regulan el ciclo hidrológico. Por eso, desde BordenRío lanzamos esta iniciativa que va en línea con otras acciones que venimos implementando, como usar arroz partido en botellas para combatir las hormigas y ovejas para cortar el pasto. Son alternativas orgánicas y sustentables para cuidar la tierra”, cuenta Verónica.

Los 600 árboles serán donados por DonWeb, la empresa de Web Hosting líder en el mercado hispanohablante. Para participar de la campaña, solo hay que ingresar a [borderio.com/arboles](http://borderio.com/arboles), registrarse y proponer el nombre para uno de ellos. Una vez que el árbol esté plantado, se podrá seguir su crecimiento desde la web. Una iniciativa creativa, divertida y en armonía con el medio ambiente.

Propuestas sustentables, ofertas y grandes lanzamientos. Un 2020 que trajo desafíos a BordenRío y una reinención exitosa. Muchos motivos para finalizar el año levantando las copas.



Ante lo incierto, lo más importante es acompañarnos para avanzar. Sigamos trabajando juntos.



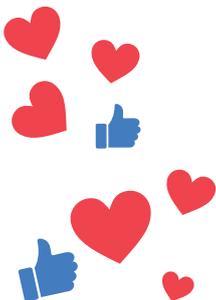


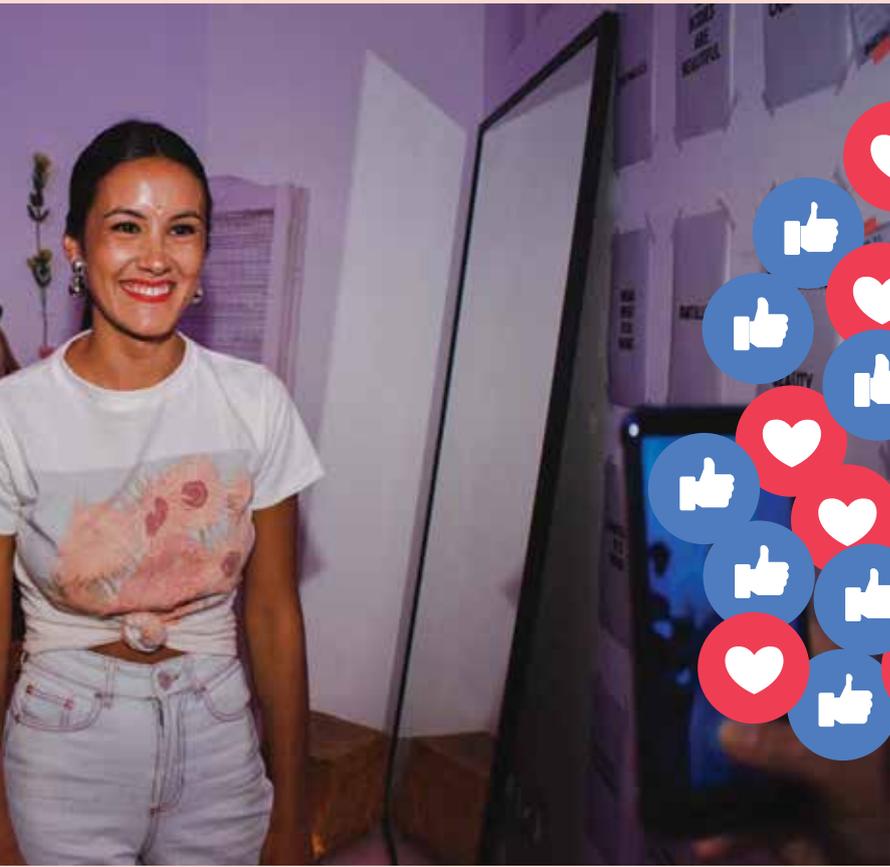
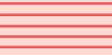
*¡Listos para lo que viene!*

# Los influencers rosarinos

*Influencer es un término que viene acompañado de ciertos prejuicios. A lo largo del último mes, hemos analizado algunos casos de éxito a nivel local para ver cómo trabajan y explotan sus marcas personales. Más allá de la fama y el alcance de estos relativamente nuevos actores del mundo de las comunicaciones, también hay un importante negocio y una interesante salida laboral a contemplar.*

*Incluso, yendo más allá de la monetización, el trabajo en redes sociales se ha convertido en un mecanismo que permite eliminar fronteras. En la era digital, Dios ya no atiende solamente en Buenos Aires. Ahora lo hace en internet.*







# POR IDEA DE SU MAMÁ Y CON UNA REVISTA LIVING EN MANO DECIDIÓ SU DESTINO, ARRIESGÓ Y GANÓ

---

TINA ARANGUREN, LA INFLUENCER DE DECORACIÓN QUE LA ROMPIÓ EN REDES Y ARMÓ SU SHOWROOM Y TIENDA VIRTUAL

---



**express**  
**corp**

**Potenciá tu empresa con nuestra amplia oferta de servicios de Internet**

**CONEXIÓN PREMIUM HASTA 2 GIGAS SIMÉTRICOS**

Más información en [consultasecorp@corp.express.com.ar](mailto:consultasecorp@corp.express.com.ar)

[express.com.ar](http://express.com.ar)

SERVICIO SUJETO A DISPONIBILIDAD TÉCNICA Y GEOGRÁFICA.

Una joven restauradora de muebles rosarina festejó sus diez años en el oficio abriendo las puertas de un showroom de diseño en una gran casona. Casa Tina, el espacio de Tina Aranguren, cumple un sueño que nació en un pequeño taller en una terraza.

A los 23 años, recién recibida de arquitecta, comenzó a trabajar en empresas de arquitectura y construcción sin lograr sentirse cómoda. Por idea de su mamá y con una revista Living

en mano decidió su destino, arriesgó y ganó. Un pequeño espacio en la terraza de sus padres fue su primer taller; diez años después con un crecimiento a la par que su comunidad en Redes sociales, abrió su propio showroom y una tienda virtual.

Una década atrás, cuando Tina apostó por su idea, la gente “se sacaba de encima los muebles viejos”, y solo se restauraban en viejas mueblerías y casas de antigüedades donde el oficio del restaurador se reservaba a unos pocos

con un estilo bastante conservador. “Yo empecé a reciclar, a cambiarle la onda, lavarle la cara, usar mucho color. En las casas de antigüedades eso estaba hasta mal visto, era algo más relacionado con el arte”, contó la influencer de muebles, con una comunidad en Instagram de decenas de miles que siguen de cerca sus Deco Tips.

“Todo se empezó a dar por el boca en boca, evidentemente en Rosario se necesitaba algo así porque empezó a crecer y crecer”, cuenta sobre sus inicios y cómo fue apostando a seguir creciendo. “Este año mi proyecto era abrir las puertas de mi propio Showroom, cumplía diez años y soñaba una casona, no un negocio con vidriera a la calle sino algo privado, a mí la pandemia me hizo dar este salto, reinventarme”, dice.

En el enorme espacio de diseño de calle España al 2300 abrió hace un mes un multiespacio donde vende sus muebles, y da lugar a otras emprendedoras para que ofrezcan sus productos de decoración: muebles, cuadros, almohadones, mantas y un montón de objetos decorativos acompañan el showroom donde también armó su nuevo taller. La consigna “Quedate en casa” de este 2020 acompañó el salto: “el aislamiento invitó a revisar lo que nos rodea y hay cada vez más encargos: en el taller tengo muebles a pedido con turnos entregados hasta diciembre”, cuenta.



## La contracara digital

Tina se convirtió sin planearlo en una influencer de la decoración. Su comunidad en redes sociales pegó saltos inimaginables, las marcas comenzaron a buscarla y el ida y vuelta fue maravilloso. La arquitecta le sacó jugo y, con Instagram como aliado, armó su propia tienda virtual que tiene cada vez más movimiento.

“Claramente nunca lo planifiqué, se fue dando a partir de que crecían los seguidores y a la gente le gustaba mucho ver mi vida día a día, cosas cotidianas que empezaron a ser muy visualizadas, yo no lo podía creer. Cuando mi cuenta llegó a los 20 mil seguidores las mismas marcas me empezaron a ofrecer acciones en redes y ahora cada vez más marcas y más importantes me buscan para esto”, explica la joven que se define a sí misma: “Si puedo influenciar



para bien, bienvenido, pero yo me siento sólo una influencia como la chica que recicla muebles”.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

**EN ROSARIO,  
A 10' DEL CENTRO**

**PODÉS TRANSFORMAR  
EL FUTURO DE TU EMPRESA**

POSESIÓN INMEDIATA/  
AMPLIA FINANCIACIÓN 100% EN PESOS, HASTA 36 MESES/  
LOTES DISPONIBLES Y SUPERFICIES ADAPTABLES A CADA NECESIDAD.

**PARK  
EMPRESARIO**

Desarrolla:

**PARK  
EMPRESARIO** Av. Uruburu al 6800  
(entre Av. Circunvalación y Av. Las Palmeras)  
Informes: Zinni 1014 bis / P.A. Of 01-06 / Aldea (Fisherton Norte)  
CONTACTO/ Cel. 54-341. 3252903 / 341. 3252 870 / 341. 3252 871

Comercializa:

**INMUEBLES  
por gestión**

info@parkempresario.com.ar / parkempresario.com.ar

Cel. 341. 623 3344

LOCOS X LA COCINA // Por Emmanuel Paz



# UN HOBBY DE PADRE E HIJO QUE SE TRANSFORMÓ EN UNA COMUNIDAD DE 130 MIL PERSONAS

## GUILLERMO Y PABLO CHIARALUCE DECIDIERON COMPARTIR RECETAS DE COCINA EN INSTAGRAM Y SON UN ÉXITO TRAS SOLO DOS AÑOS DE ACTIVIDAD

Locos x la Cocina nació hace dos años como un pasatiempo entre Guillermo y Pablo Chiaraluce, padre e hijo, que decidieron compartir recetas de cocina en Instagram. En poco tiempo, reunieron una comunidad de más de 130 mil seguidores, organizaron sus propios eventos con fans y participaron de importantes acciones comerciales con marcas del rubro como Tromen y El Gourmet. Con 58 años, Guillermo, o Willy, como lo conocen en la red social, se ha convertido en una marca registrada. En una charla con este medio, hablamos sobre sus comienzos y el dilema de dejar sus ocupaciones para dedicarse a las redes.

Willy es rosarino y trabaja en relación de dependencia para una empresa de servicios desde hace cuarenta años. “Por otra parte, me considero un entusiasta de la cocina. Me crié viendo cocinar a mi abuela y a mi mamá, y fui aprendiendo al observar”, cuenta. Por su parte, su hijo Pablo, de 24 años, es estudiante de arquitectura en la UNR y es quien se encarga de la filmación, edición y publicación del contenido en Instagram. “Esto arrancó como hobby y fue tomando ese tinte de pequeña empresa o emprendimiento, así que este año decidí meterme de lleno”, dice.

La historia de Locos x la Cocina comenzó a escribirse en 2011, cuando Willy compartía reuniones todos los jueves con los padres de los compañeros de Básquet de Pablo. “En un principio nos juntábamos a practicar un deporte. Lo más fácil para todos fue el pádel. Hasta que, en un momento, mi rodilla dijo basta y le hice caso”, bromea. Tras el retiro deportivo, asumió el rol de ser el encargado de “prender el fuego” para disfrutar del “tercer tiempo”.

En 2018, uno de los integrantes de “La Peña de los Jueves” sugirió compartir en redes sociales las recetas y comidas que se preparaban allí. “Un día, golpeé

la puerta de la habitación de Pablo porque tenía el teléfono tildado por falta de espacio de almacenamiento y lo necesitaba para trabajar” recuerda Willy y su hijo completa la anécdota: “Cuando me pongo a ver el teléfono, veo que tenía guardados años repletos de archivos, fotos de comida, asaditos y recetas, y me pareció que era un contenido que estaba bueno”.

Guillermo se define como “anti-redes sociales”, sin embargo, Pablo sugirió empezar a publicar el material en Instagram. “En un principio íbamos a publicar en YouTube, pero eso requería de un tiempo de edición del cual yo no disponía”, explica. Al mes de empezar a efectuar las publicaciones ya habían sumado seis mil seguidores. Un año más tarde, organizaron su primer evento para seguidores. “Cocinamos nosotros solos para 100 personas. Fue una jornada hermosísima que llevo en el corazón de tanto afecto que recibí de esa gente que pudo asistir y de los que enviaron mensajes lamentándose por no haber podido”, recuerda Willy que luego remató entre risas: “Juré que jamás lo volvería a hacer”.

Actualmente, la comunidad de Locos x la Cocina se integra de 130 mil seguidores que interactúan a diario con las publicaciones e historias que padre e hijo publican. “Nuestra óptica siempre ha sido tratar de cocinar con lo que hay en casa habitualmente. Rico, bueno y barato”, dice Pablo. Ambos coinciden en que parte del secreto del éxito de su contenido está en la sencillez y la familiaridad. “Desde el principio dije que no iba a simular ser algo que no soy. No tuve que armar un personaje. Simplemente replico recetas hogareñas de mi casa que me transportan sensorialmente a mis recuerdos y a mis afectos que ya no tengo. Es una manera de estar compartiendo esos sentimientos en el breve tiempo que dura una rece-

ta y a mucha gente les toca las mismas fibras íntimas”, dice Willy.

Por otro lado, la creación del contenido puede convertirse en un trabajo de tiempo completo. Pablo debió tomar este año la decisión de postergar sus estudios para dedicarse de lleno a la actividad de la cuenta. “Detrás del contenido hay una planificación y organización que no se ve. Hay que coordinar la disponibilidad de Willy y comprar los ingredientes. También fuimos incorporando luces, trípodes, todo lo hacemos de forma casera con los recursos que tenemos”, explica.

Guillermo mantiene su empleo desde hace cuatro décadas: “No creo que sea el momento para dejar todo. Mi intención es seguir colaborando, llegando a casa y poniéndome el disfraz de Superman para filmar alguna receta. De todos modos, estoy dispuesto a tomar lo que Dios disponga”. Sin embargo, en el último tiempo ha participado de eventos a los que asistieron marcas como la automotriz Audi y la gastronómica Tromen. Incluso han llevado adelante acciones como el hashtag #conloquehayencasa, luego replicado por reconocidos chefs argentinos.

La pandemia puso en pausa varios de sus proyectos para este año, pero también potenció su alcance en Instagram. Para 2021 ya han realizado algunos relevamientos entre su público para ver qué propuestas podrían ser mejor recibidas. “Tratamos de ser cautelosos e ir haciendo lo que está a nuestro alcance porque no queremos fallarle a nadie. No quiero desatender nada y tratar de preservar un equilibrio que nos ayude a mantenernos”, afirma Willy, que sigue renegando de la exposición pública, pero tiene más de 130 mil personas que deciden reglarle a diario minutos de su vida a cambio de verlo cocinar.

VIVA LA MODA // Por Emmanuel Paz

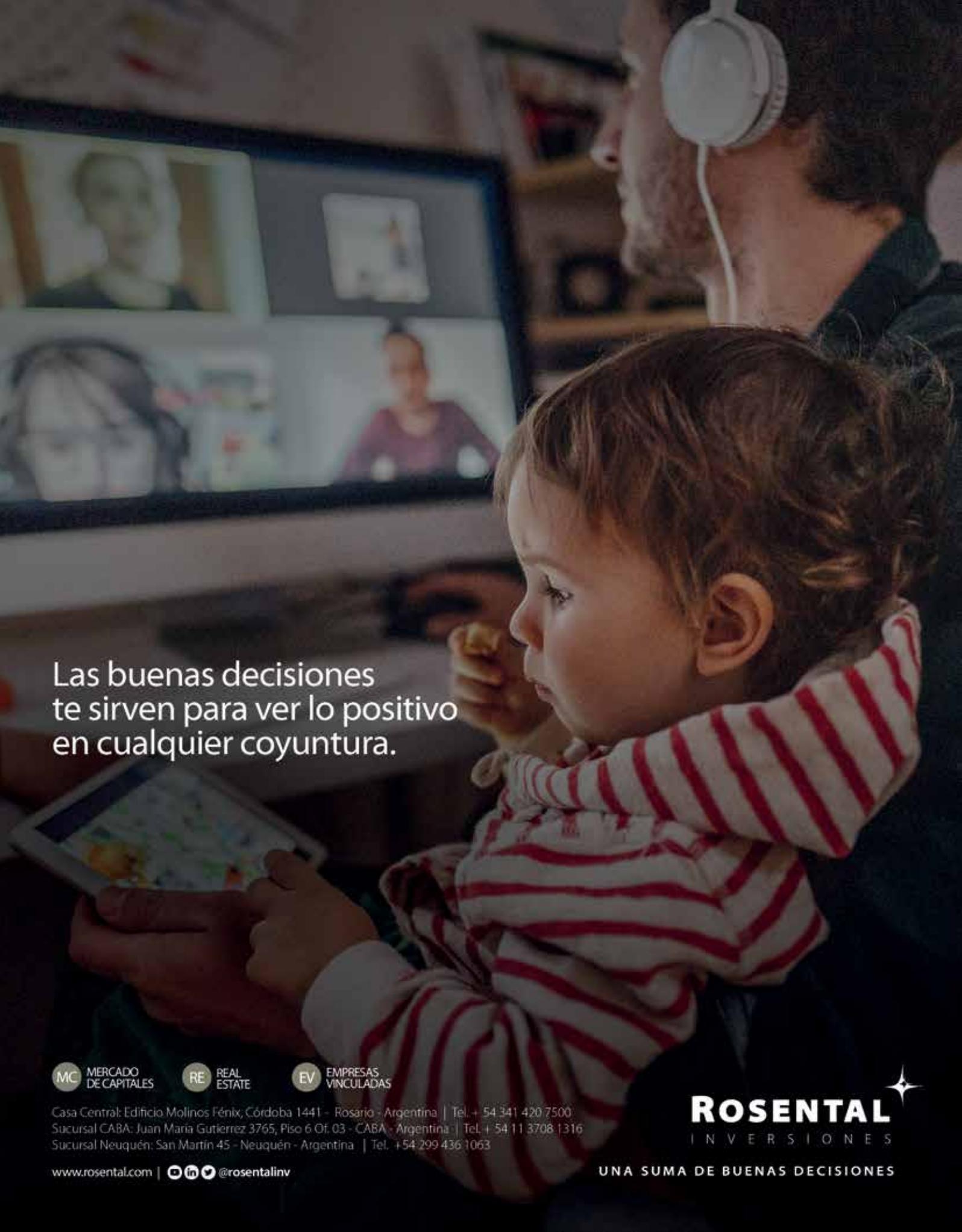


# DE PROYECTO DE TESIS A LA CREACIÓN DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

---

HABLAMOS CON CARMEN ASENJO SOBRE EL DESAFÍO DE GESTIONAR UNA MARCA PROPIA EN LA WEB

---



Las buenas decisiones  
te sirven para ver lo positivo  
en cualquier coyuntura.

MC MERCADO  
DE CAPITALES

RE REAL  
ESTATE

EV EMPRESAS  
VINCULADAS

Casa Central: Edificio Molinos Fénix, Córdoba 1441 - Rosario - Argentina | Tel. + 54 341 420 7500  
Sucursal CABA: Juan María Gutiérrez 3765, Piso 6 Of. 03 - CABA - Argentina | Tel. + 54 11 3708 1316  
Sucursal Neuquén: San Martín 45 - Neuquén - Argentina | Tel. +54 299 436 1063

www.rosental.com |    @rosentalinv

**ROSENTAL**  
INVERSIONES

UNA SUMA DE BUENAS DECISIONES

**C**armen Asenjo creó su blog Viva la Moda como proyecto para su tesis de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas, de la que egresó en 2011. A casi diez años de haber redactado aquellos primeros artículos, hoy cuenta con un equipo de especialistas generando contenido para un público multitudinario. A lo largo de este artículo, repasaremos el camino de esta marca que se ha constituido como un nuevo medio de comunicación que nació en Rosario, pero que trasciende de todas las fronteras.

Asenjo terminó su carrera de grado hace nueve años. A la hora de presentar su proyecto final, eligió el desarrollo de una marca personal en redes sociales como su tema. Para comenzar, inspirada por la reciente popularidad que había ganado Facebook, optó por esta red social y por Blogger como sus primeros soportes para publicar y difundir su contenido, y la moda como eje central de su medio. “Toda marca personal tiene que estar relacionada a un conocimiento experto, así que di con una serie de cosas que me gusta hacer, como la fotografía, la moda y la redacción”, explicó.

En ese tiempo de confeccionar y publicar sus primeros trabajos, optó por salir a hacer coolhunting que, dentro de la jerga del marketing, puede traducirse como “caza de tendencias”. Explicó: “Tomaba mi cámara y salía a sacar fotos de los looks de la gente. Al mismo tiempo, había impreso tarjetas de presentación y las repartía entre los fotografiados para que me siguieran”. Mientras tanto, asistió a cuanto evento de moda pudo, combinando sus fotografías y videos, con las reseñas que publicaba en su blog.

Crear un medio de comunicación para mantener en funcionamiento todas sus redes, fue necesario constituir un equipo. “Comenzar a delegar fue una de las mejores decisiones que tomé”, aseguró. Hoy en día, Viva la Moda cuenta con un fotógrafo, un responsable de grabación y edición de video, y un grupo de cinco redactoras que alimentan el blog. “Entendí que yo no podía hacer todo sola y que las redes sociales te exigen todo el tiempo”. De hecho, Asenjo tenía un trabajo de tiempo completo antes de dedicarse de lleno a su propia marca, y afirmó que pasó a trabajar más horas. “Es una ocupación que no corta los fines de semana, ni los feria-

dos. No sé cuándo fue el último día en que no postee nada, ni subí contenido”.

El término influencer suele venir acompañado de ciertos prejuicios y muchas personas que gestionan sus propias marcas deciden definirse como “creadores de contenido”. Sin embargo, Asenjo sostiene que “se trata de crear un medio de comunicación que funciona como cualquier otro”. Si bien, apuntó que para algunos “puede servir solamente como un espacio de autopromoción para conseguir algunos beneficios”, las redes son un espacio que permiten “generar contenido de utilidad y crear medios de comunicación”.

La monetización suele ser uno de los desafíos más importantes para este tipo de emprendimientos comunicacionales. “Hoy, logramos tener un sistema que nos sirve a nosotros y a las marcas. Desarrollamos nuestro media kit con información detallada, presupuestos y estadísticas para poder explicar de qué se trata nuestro trabajo”, explicó. Por otra parte, también han tenido que buscar un “punto de equilibrio” entre el contenido patrocinado y el orgánico: “Es importante que la gente distinga el contenido de marca del habitual. Esto funciona como cualquier otro medio de comunicación. Es gracias a los patrocinadores que puedo estar 24 horas al día generando contenido de calidad. El desafío es no convertirte en un catálogo de ventas, ni trabajar sin generar ingresos”. Al mismo tiempo, recalcó la importancia de elegir marcas que se alineen con el mensaje central del medio.

Otro punto fundamental es la construcción de una comunidad. Sumar seguidores en las redes sociales y retenerlos, implica, según Asenjo, “saber escuchar e interactuar con el público”. Para la creadora de Viva la Moda es fundamental leer los comentarios, responder mensajes y tomar aquellos pedidos que puedan resultar útiles. “Lo importante es tener en claro



cuál es el mensaje que se quiere dar y el tema del que se quiere hablar. Luego, pensar en crear contenido de utilidad y calidad. Alguien que recibió algo que le haya servido o ayudado seguramente volverá”, detalló. Con todo un camino ya recorrido y mucho más por andar, Carmen Asenjo piensa en los próximos pasos de Viva la Moda. “La pandemia nos forzó a reversionarnos y cambiar lo que veníamos haciendo”. Con menos posibilidades de visitar locales o salir a la calle, le dio mayor continuidad y profundidad a su podcast y a su sitio web que va camino a un cambio de orientación: “Quisiera correrme del formato de blog personal para virar hacia una revista de moda, que es a lo que realmente aspiro a llegar”.

on24



ESPACIO PUBLICITARIO

UNA NUEVA OPORTUNIDAD.  
UN NUEVO COMIENZO.  
UN NUEVO AÑO.

¡FELICIDADES!

*Sport* 78

ROSARINO POR DEPORTE

LUA MALUCA // Por Verónica Peyrano



# DISEÑA LENCERÍA, SE ANIMÓ A SOLTAR SU LOCAL Y HOY LA ROMPE EN REDES SOCIALES

NACIÓ EN EL FUROR DE CALLE ESPAÑA HACE MENOS DE 10 AÑOS Y HOY VENDE A TODO EL PAÍS EN SU TIENDA VIRTUAL.

Escanea el código  
y registrá tu dominio



Tu dominio

# .com

al precio de una taza de café

**\$249<sup>00</sup>** /1º año  
Pesos argentinos



[www.DonWeb.com](http://www.DonWeb.com)

ICANN ACCREDITED

\*Promoción válida para el primer año de registro. Solo aplicable a registros por 2 años

donweb

**L**ua Maluca nació en el 2012, como un espacio multimarcas, en un local de España y Córdoba, a metros del Paseo del Siglo, en un año donde la calle España era el furor de las tiendas de diseño. Ocho años después, su creadora la convirtió en su propia marca de lencería, mallas y pijamas y vende sus productos a todo el país a través de su tienda virtual, con Instagram como gran vidriera.

El sueño del local propio nació a los poco más de veinte años de Barbara Ybarra, cuando terminó su carrera de Bellas Artes y apostó a traer a Rosario marcas de diseño exclusivas que no se conseguían en la ciudad. Buscó el rincón más pujante como fue en su momento el Paseo del Siglo y utilizó todo su conocimiento en montar un local que funcione: “La marca de entrada explotó, el local llamaba mucho la atención, su diseño, su decoración. Había algo estético que gustaba y la gente lo seguía”, cuenta. Comenzó con un impacto visual que luego supo sostener, aplicar también a sus propios diseños y luego aprovechar para migrar hacia el comercio virtual.

En estos ocho años Lua Maluca pegó dos grandes saltos: el primero fue en el 2016 cuando tuvo que dejar el local de calle España y mudar su multimarca y su incipiente marca propia a un espacio compartido. Irse a un Showroom fue un riesgo más que po-



sitivo: La incentivó a “mover mucho más las redes para llamar la atención y mover la gente hasta allá”, la cosa le funcionó tan bien que dos años después la tienda pasó a ser cien por ciento virtual.

“Las mismas clientas me decían que venían a buscar algo que ya habían visto en redes. Eso fue muy singular y decidí prestarle atención”, cuenta Bárbara sobre cómo fue el salto a las redes sociales y a una tienda online, cuando aún no eran el furor que son hoy. “La tienda la abrí en el 2015 y la gente no se animaba en ese entonces a comprar de manera virtual, fue de a poco creciendo. Por suerte para este año en que la modalidad de venta fue 100% virtual, la pandemia nos encontró con toda la logística armada y una tienda totalmente encaminada”.

Sus diseños se destacan por su como-

dad: materiales amigables, con tallas que van desde el S al triple XL. Ella misma es la modelo de sus producciones, y sumó a su propia madre y hermana para los catálogos que se pueden ver en su Instagram @Luamaluca\_ que ya tiene más de 35 mil seguidores. Hoy la mitad de sus productos se venden en Rosario y la otra mitad de su producción es para localidades de distintos puntos del país. Pasar de un local tangible a uno virtual fue un crecimiento que le permitió a Barbi adaptar su trabajo a lo que la vida le fue presentando: diseña sus prendas, las embala y arma toda la logística de venta y distribución desde el altílo de su casa. A la par, cría a sus dos pequeñas hijas, contesta los pedidos y maneja sus redes sociales.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO



ON24 confía el mantenimiento y actualización de su plataforma tecnológica a



INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS TI

Dir. Av. Ovidio Lagos 1679 / S2000QLJ Rosario - Santa Fe - Argentina.  
Tel. +54 341 5303370 / Fax. +54 341 5303379 / info@tecpoint.com.ar / www.tecpoint.com.ar

# Somos Berkley Argentina

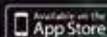
## futuro + seguro

**Crecemos** tecnología + oportunidades

**Avanzamos** estrategia + innovación

**Cumplimos** compromiso + valores

**BiSmart**  
La App de Berkley



Berkley International ART S.A.

[www.berkley.com.ar](http://www.berkley.com.ar)

Berkley International Seguros S.A.

**b** | Berkley Argentina ART  
| a Berkley Company

**b** | Berkley Argentina Seguros  
| a Berkley Company

Nº de inscripción en SSN  
0121

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control  
[www.argentina.gov.ar/ssn](http://www.argentina.gov.ar/ssn)

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN



# MAS DE 50 AÑOS DE INNOVACIÓN PERMANENTE

---

DESDE ROSARIO, PROAGRO CRECE, EXPORTA Y SIGUE APOSTANDO A  
DESARROLLOS DE NUEVOS PRODUCTOS PARA LA ACTIVIDAD PECUARIA

---

**E**n diálogo con ON24, Angel Tirelli, titular de ProAgro, dijo que viven la coyuntura “como todo el mundo, con angustia por no poder vivir como uno desea vivir; y desde el punto de vista empresario, sin quejas mayores dentro del contexto; porque hemos sido considerados esenciales, por dedicarnos a la salud animal; por lo tanto, no hemos perdido contacto con nuestros clientes”.

Asimismo, Tirelli remarcó que en la actualidad, viven días intensos, porque decidieron meterse de lleno en el desarrollo de los canales digitales, que si bien ya venían siendo alimentados, la pandemia aceleró dramáticamente algunos procesos. “Estamos contentos y creciendo”, dijo el empresario rosarino.

“Ya estábamos desarrollando los canales digitales; y cuando de repente nos encontramos con la pandemia, nos agarró en camino; por lo que solo hizo que avanzáramos más rápido con algunos procesos, contratando incluso profesionales por fuera de la empresa”, detalló.

Tirelli explicó que uno de los problemas que tenían, era coordinar la existencia de los aproximadamente 100 productos con los que cuenta el portafolio de ProAgro; ver cuales tienen mayor o menor demanda, para promo-

cionar aquellos que lo necesitan. “Cuando no teníamos estos sistemas, nos volvíamos algo locos para conseguir productos de un día para el otro; y tampoco lo conseguíamos, y ahora lo conseguimos menos”, dijo riendo Tirelli.

Otro de los aspectos que este destacado empresario local tiene muy en cuenta, es la calidad de los productos, que “para entrar y mantenerse en un mercado, es fundamental”. “Hemos buscamos proveedores externos; al punto que ya estamos comprando directamente un 70/80% aproximadamente, sin intermediarios; algo que nos impedía tener los precios que hoy tenemos”, apuntó.

“Fuimos los primeros y los únicos hasta ahora que tenemos lo que normalmente se llama un contact center”, se jactó. Para ello, “bajamos 3 autos y 12 camiones de las calles, de un solo saque; y con 24 puestos de trabajo telefónicos, hemos llegado a mantener y agrandar la clientela”. Hoy, todos ellos están todos trabajando desde su casa, de manera normal; y en el el contact center de la empresa quedaron solo 4/5 personas que están en su lugar de trabajo en ProAgro, porque ingresaron hace muy poco y se están capacitados.

Para adelante, Tirelli confía en seguir

creciendo “porque están todas las posibilidades dadas”. “Hoy pierde el que no tiene buena gestión, quedará el que realmente tenga buenos productos, historia, proyectado un futuro y sobre todo sepa que hoy día, mas que vender, a nuestra gente la capacitamos para que entienda que nuestro cliente debe vender; y formar una asociación importante de mentes; después vienen los productos”, ilustró el titular de ProAgro.

Así, con la bonanza en el sector pecuario, Tirelli destacó que crecerán un 30% aproximadamente. “Se da esta coyuntura en los últimos meses por la falta de provisión de insumos, que nosotros la estamos logrando”, dijo. Hoy, el “nudo” de los laboratorios es tener el insumo a mano; el que no lo tiene o no lo preparó tiene problemas.

Por último, adelantó que tienen unos 9 productos en marcha, pero no quiso tirar mas precisiones. “Es como una escalera, pone uno arriba pero saca uno de abajo porque fue mejorado por otras drogas, o quedó viejo. En eso también tenemos gente desarrollando, internos y algunos externos”, cerró.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

**ilolay**

Lo bueno de ser Natural

Facebook: /ilolay Instagram: @ilolay

www.ilolay.com.ar



# PESE AL CONTEXTO ADVERSO, ABRIÓ PUERTO PLAZA MALL CON FUERTE IMPRONTA EN SERVICIOS

Para llegar a buen destino  
es necesario un **medio confiable.**



Av. Alberdi 50. Rosario, Santa Fe | (0341) 4376561/64 | [info@nca.com.ar](mailto:info@nca.com.ar) | [www.nca.com.ar](http://www.nca.com.ar)

“ESTO TIENE MUCHO VALOR EMPRESARIO E INCLUSO TAMBIÉN UN IMPACTO SOCIAL IMPORTANTE”, AFIRMÓ A ON24 LA DIRECTORA COMERCIAL DE TORRE PUERTO SANTA FE S.A., MARÍA JOSÉ CORREA. LA INVERSIÓN PARA EL CENTRO COMERCIAL RONDÓ LOS 10 MILLONES DE DÓLARES

La pandemia y la cuarentena eterna no impidieron que el 2020 sea el año de inauguración para el Puerto Plaza Mall, emplazado en el ingreso al Dique 2 de la ciudad de Santa Fe, una de las zonas con mayor crecimiento y potencial de la capital de la provincia.

Construido sobre un terreno de más de 13.700 metros cuadrados y con superficie cercana a los 4.000 metros cuadrados, el shopping demandó una inversión de US\$ 10 millones y se integra, así, a las Corporate Towers, conformando un ambicioso master plan que la empresa Torre Puerto Santa Fe S.A. está llevando adelante.

La directora comercial de la firma, María José Correa, dialogó con ON24 y ponderó el desafío que significó haber sorteado los obstáculos que se presentaron durante este año para finalizar la obra y abrir el mall, que cuenta con una fuerte impronta en servicios para los santafesinos.

***Pese al contexto complicado para el sector comercial, en medio de una pandemia, se animaron a abrir Puerto Plaza...***

La verdad que fue todo un desafío, primero, terminar la obra porque en marzo nos quedaba entre un 20 y 30 por ciento para poder abrir, pero decidimos avanzar igual a pesar de las limitaciones que tuvimos en el rubro de la construcción por la pandemia. Creo que eso tiene mucho valor empresario e incluso también un impacto social importante, porque da la pauta de que no todo es malo y que evidentemente sigue habiendo inversiones pensando en la gente.

***¿Qué les faltaba hasta ese momento?***

Casi todo lo que es pavimento articulado del mall, estructuras de pérgolas que recorren el frente de los locales, la oficina administrativa y uno de los ingresos: faltaban cosas importantes. Esperamos hasta que liberaron la construcción, pero lo hicieron con 5 personas, por lo que

mucho no podíamos hacer, pero lo encaramos igual. Después, nos habilitaron 10 y luego, por un acuerdo de la Cámara de la Construcción en Santa Fe junto con la Municipalidad, para determinado metraje de obra, habilitaron hasta 40 personas. Pero la realidad es que pudimos encarar la obra y transitarla sin tener casos covid dentro de la misma.

***Con la obra avanzada, decidieron abrir el supermercado primero, como servicio esencial...***

Entre los clientes que teníamos previstos para abrir, estaba Supermercados Kilbel, que es una actividad esencial, por lo que era una buena decisión acercar el supermercado a los santafesinos. Lo hablé con ellos y rápidamente nos acompañaron para abrir en agosto, con gran parte de la obra terminada. Y eso fue el impulso para finalizar lo que restaba de obra y en octubre poder abrir el resto de los locales, que hoy ya están funcionando.

***¿Qué impronta tiene esta apertura?***

Nosotros apuntamos mucho a abrir el mall en todo lo que es prestación de servicios. Dietética, veterinaria, peluquería, drugstore, gastronomía con dos operadores importantes de Santa Fe: todo lo que pueda complementar el servicio del supermercado como actividad esencial; nos abocamos a eso. Y estamos en un proceso de inicio de obra para el centro de salud.

***¿Quién operaría la clínica?***

Hay dos operadores muy importantes de la provincia, pero todavía no



DENGUE

# LA PREVENCIÓN EMPIEZA EN CASA

Para evitar la reproducción del mosquito del dengue, mantén limpia tu casa y patio siguiendo estos consejos:

- Tapá tanques de agua, tachos, o piletas en desuso.
- Da vuelta baldes y palanganas y eliminá latas y escombros.
- Limpiá floreros, macetas o canaletas y usá siempre repelente.
- Evitá venenos o insecticidas, pueden producir severos daños a la salud.

Encontrá más información en [rosario.gob.ar](http://rosario.gob.ar)

❤️🇨🇦 #RespetamosTuSalud



Municipalidad  
de Rosario



los podemos decir. La prestación de servicio de nivel dentro del mall va a ser clave, así como también las inversiones que realicen. Básicamente, estamos hablando de especialidades en diagnóstico por imagen. Va a tener un montón de comodidades que hoy en la ciudad de Santa Fe, no hay un prestador de servicios de salud que las brinde.

**¿Con qué cantidad de locales pudieron inaugurar?**

Abrimos con una ocupación del 40% del mall y tenemos una aceptación de como si estuviéramos al 100%. Claramente, el concepto a cielo abierto, para la gente, y en el momento en el que llega Puerto Plaza, es un éxito para el negocio. La gente encuentra un lugar en el que se siente seguro en cuanto a seguridad propiamente dicha y seguro sanitariamente.

**¿Qué rubros de actividades representa ese 40%?**

Tenemos vermutería, cervecería -con una propuesta gastronómica alucinante con doble piso y terraza dentro del mall-, cafetería y heladería de un operador local muy importante, supermer-

cado, dietética, peluquería, librería, juguetería, veterinaria (somos un shopping pet friendly), marroquinería, Pinturería Sipp de Rosario, propuesta de yerbas orgánicas, maquinaria Still, food truck de Patagonia, entre otras.

**¿Y qué disponibilidad hay hoy?**

Estamos hablando de unos 15 locales de unos 50 metros cuadrados, aunque el cliente puede tomar hasta dos o tres unidades.

**¿Qué rubros están a la espera para ingresar?**

Estamos trabajando mucho con el textil, específicamente para un lanzamiento en la zona de retail de Puerto Plaza en marzo, con la nueva temporada. Pero también este año sucedió que la gente dejó de visitar el concepto de los shopping cerrados como lo hacía antes. Entonces, eso fue un golpe muy fuerte para las marcas, que hoy están buscando otras propuestas y Puerto Plaza entra en ellas.

**En ese sentido, además del textil, ¿a qué otras actividades van a apostar?**

Desde el inicio del modelo de negocio, Puerto Plaza tiene una multipli-

cidad de rubros que van ubicados específicamente en una zona que les corresponden. Esos rubros se comercializan en función de lo que nosotros llamamos “tenant mix”; entonces, no es que podemos comercializar porque sí rubros que a lo mejor estarían dispuestos a venir a Puerto Plaza, porque si no entran en el modelo de negocio y no se complementa con la oferta del shopping, preferimos decirles que no. Vamos a perfilar mucho la comercialización en lo que es servicios, gastronomía y entretenimientos -donde tenemos a Crucijuegos de Rosario-, además de la zona retail tanto con franquicias o multimarcas para marzo.

**¿Cómo te imaginás el 2021 para el centro comercial?**

Absolutamente exitoso por el tipo de modelo de negocio. Insisto en que el concepto de mall a cielo abierto es la tendencia de lo que está arrojando la pandemia. La gente va a elegir los espacios abiertos y donde se sienta segura. Va a ser un año difícil en lo económico para los argentinos, pero nosotros estamos enclavados en un nicho de servicios en el que posiblemente vamos a sentir la recesión pero no tanto como otras actividades.

**¿Qué objetivo comercial se trazan para el año que viene?**

El objetivo real es completar la capacidad de ocupación de Puerto Plaza para el primer semestre del año.

**¿Cómo sigue ahora el máster plan de la empresa, que además ha desarrollado las Corporate Towers?**

Nos quedan todavía por construir 12.000 metros cuadrados, de los que próximamente haremos una presentación en sociedad, que se van a traducir en tres torres que aún no tenemos definido si serán de viviendas o corporativas. Estamos terminando de definir el perfil del negocio.



BOLSA  
DE COMERCIO  
DE ROSARIO



En un año que presentó muchos desafíos,  
brindamos por todas las personas que nunca dejaron de innovar  
y descubrir nuevas formas de seguir adelante.

***¡Feliz 2021!***

[www.bcr.com.ar](http://www.bcr.com.ar)



---

LA OFICINA EN ROSARIO DE LA COMPAÑÍA GLOBAL FESTEJA SU CENTENARIO BRINDANDO SERVICIOS EN EL PAÍS A TRAVÉS DE SUS ÁREAS DE AUDITORÍA, ASESORAMIENTO IMPOSITIVO, LEGAL Y OUTSOURCING, Y CONSULTORÍA

---

# CELEBRA SUS 100 AÑOS EN ROSARIO APOSTANDO A LA FORMACIÓN DEL TALENTO Y EL DESARROLLO REGIONAL

La oficina de PwC Rosario se inauguró en 1920, aprovechando el auge económico de la ciudad con la actividad cerealera, portuaria y la industria frigorífica. Durante años trabajó exclusivamente con su división de Auditoría. En 2007 comenzó un proceso de crecimiento que incluyó la incorporación de áreas de Consultoría e Impuestos y, más tarde, en 2011, la apertura del Centro de Agronegocios y la expansión del ACE (Argentine Center of Excellence). Luego de pasar por varias locaciones, llegaron a su actual ubicación en las Torres Nordlink.

Sebastián Azagra, socio de PwC Argentina a cargo de la oficina local, comentó a ON24 su experiencia de 24 años en la firma: “Cuando ingresé éramos un equipo de seis personas y trabajábamos en una pequeña oficina del Palacio Minetti”. La compañía también tuvo su paso por el edificio Ceres de la peatonal Córdoba, antes de desembarcar en Nordlink en 2011. “Desde 2007 la empresa decidió apuntalar los negocios en esta oficina y acompañar el desarrollo de nuestros clientes y empresas de la ciudad y la región”, contó Azagra.

La firma incorporó nuevas líneas de servicio a los tradicionales Auditoría y Estados Contables, core business de la

empresa. Se sumaron Asesoramiento Impositivo y consultoría. También se comenzó a tomar nuevos profesionales para atender clientes con requerimientos más específicos que antes solo podían ser atendidos en Buenos Aires. Al mismo tiempo se desarrolló un área de exportación de servicios que primeramente se avocó a precios de transferencia, para luego expandirse a otras áreas.

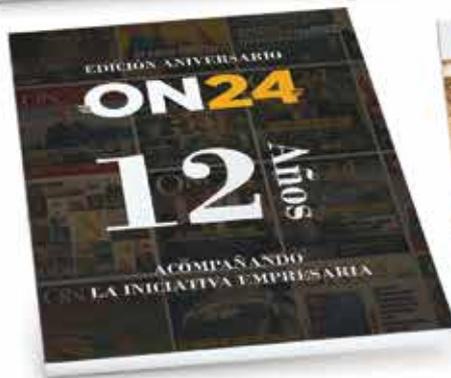
El ACE fue uno de los grandes hitos para PwC Rosario. Funciona como un centro de análisis económico, financiero, impositivo y de desarrollo de innovación tecnológica para múltiples países alrededor del mundo. “Tenemos un equipo que va más allá de los perfiles tradicionales con los que contábamos en nuestra firma. Fue algo novedoso y con un alto nivel de éxito”, dijo Azagra. A lo largo del último año, la oficina rosarina tuvo que sortear también las consecuencias de la pandemia y la cuarentena. “Poco a poco nos dimos cuenta de que habíamos hecho bien nuestros deberes. Pudimos operar a distancia casi sin ningún tipo de inconvenientes. Veníamos con un proceso de transformación digital y de incorporación de recursos informáticos”, explicó el responsable local. “Creo que nadie va a

volver luego de haber cruzado este umbral. Esta adaptación redundó, en muchos casos, en mayor eficiencia de procesos y reducción de costos. La transformación digital se ha convertido en un estándar, algo que es casi una externalidad positiva de la pandemia”, explicó.

A raíz del aislamiento, los festejos del centenario debieron ser virtuales. “El lado positivo de que fuera de este modo, fue que pudimos invitar y contar con la presencia de excolaboradores que hoy trabajan en otras empresas de distintas partes del mundo”, dijo Azagra. Quien luego concluyó: “Creo que la huella de nuestra firma está en el crecimiento profesional de la gente de Rosario que estudió en las universidades locales y que desarrolló o dio sus primeros pasos en nuestra firma. Tenemos una gran cantidad de gente trabajando y eso es una marca indeleble que dejamos. También hemos acompañado el desarrollo de la región y de empresas que han tenido que dar respuestas a necesidades cada vez más complejas, con servicios y soluciones de valor agregado cada vez más específicas”.

# ON24

La mejor información,  
en la puerta de tu casa



 portalON24

 @portalON24

 @portal\_on24

SUSCRIBITE INGRESANDO A:

[www.on24.com.ar](http://www.on24.com.ar)

[comercial@on24.com.ar](mailto:comercial@on24.com.ar)

# ¿Necesitás ayuda para tu empresa? Te acercamos nuevas soluciones con eCheq.



- Emisión masiva para pago a proveedores.
- Sin límite de pago por envío.
- Disponibilidad inmediata.
- Descuento de eCheq.

Hacé tus operaciones desde  
Banca Internet Empresas



Emisión



Endoso



Depósito

Conocé más en [macro.com.ar/echeq](https://macro.com.ar/echeq) o comunicate con tu Oficial

Vos elegís,  
nosotros estamos cerca.

[macro.com.ar](https://macro.com.ar)

 **Macro**  
Cerca, siempre.

CARTERA COMERCIAL. EL OTORGAMIENTO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ESTÁ SUJETO A APROBACIÓN CREDITICIA, CONDICIONES DE CONTRATACIÓN Y REQUISITOS EXIGIDOS A SATISFACCIÓN DE BANCO MACRO S.A. CONSULTE TODA LA INFORMACIÓN EN [MACRO.COM.AR](https://macro.com.ar), LLAMANDO AL 0810-555-2112 O EN LA SUCURSAL DEL BANCO MÁS CERCANA A SU DOMICILIO.

# BOTANIA

CONDominio NATURAL

LA NATURALEZA  
PRESENTE EN  
TODO SENTIDO

JARDINES DEL PUENTE  
ACCESO NORTE A ROSARIO

+54 341 5588899

GRUPO  
PECAM

MÍO